



Cómo promover la calidad vinculada al origen para contribuir al desarrollo en América Latina: enseñanzas de cuatro casos piloto



Cómo promover la calidad vinculada al
origen para contribuir al desarrollo en
América Latina:
enseñanzas de cuatro casos piloto

Autores editores:
María Teresa Oyarzún, Hernando Riveros,
Emilie Vandecandelaere

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

Las opiniones expresadas en este producto informativo son las de su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas de la FAO.

©FAO, 2013

La FAO fomenta el uso, la reproducción y la difusión del material contenido en este producto informativo. Salvo que se indique lo contrario, se podrá copiar, imprimir o descargar el material con fines de estudio privado, investigación y docencia, o para su uso en productos o servicios no comerciales, siempre que se reconozca de forma adecuada a la FAO como la fuente y titular de los derechos de autor y que ello no implique en modo alguno que la FAO aprueba los puntos de vista, productos o servicios de los usuarios.

Todas las solicitudes relativas a la traducción y los derechos de adaptación, así como a la reventa y otros derechos de uso comercial deberán dirigirse a copyright@fao.org o a www.fao.org/contact-us/licence-request.

Los productos de información de la FAO están disponibles en el sitio web de la Organización (www.fao.org/publications) y pueden adquirirse mediante solicitud por correo electrónico a publications-sales@fao.org.

Fotografías de portada: Mosimann, G., Oyarzún, M.T., Schiavone, E., website.

ÍNDICE

Agradecimientos	vi
Siglas y acrónimos	vii
Introducción	1
Capítulo I – Marco de Referencia	3
I. Contexto	4
II. El círculo virtuoso de calidad vinculada al origen	7
III. Descripción y tipología de los casos	9
3.1 La perspectiva institucional	10
3.2 Algunos componentes básicos de los procesos	11
3.3 La situación relativa a cada uno de los casos	14
Capítulo II – Estudios de casos	16
Caso 1. El salame típico de Colonia Caroya, Argentina	17
I. Contexto del caso	17
1.1 Marco institucional	17
1.2 Por qué se ha elegido el caso piloto del salame típico de Colonia Caroya	18
II. Caracterización del salame de Colonia Caroya	21
2.1 El producto, su territorio y su mercado	21
2.2 Actividades vinculadas al proyecto de la FAO	25
III. Resultados	27
IV. Enseñanzas aprendidas	28
4.1 Sobre el caso	28
4.2 Sobre la metodología de desarrollo de una IG	29
Caso 2. El guaraná de Maués, Brasil	31
I. Contexto del caso	31
1.1 Marco institucional	31
1.2 Por qué se ha elegido el caso piloto del guaraná de Maués	33

II.	Caracterización del guaraná de Maués	35
2.1	El producto, su territorio y su mercado	35
2.2	Actividades vinculadas al proyecto de la FAO	38
III.	Resultados	40
IV.	Enseñanzas aprendidas	42
4.1	Sobre el caso	42
4.2	Sobre la metodología de desarrollo de una IG	43
Caso 3.	El merkén, Chile	44
I.	Contexto del caso	44
1.1	Marco institucional	44
1.2	Por qué se ha elegido el caso piloto del merkén	48
II.	Caracterización del merkén	49
2.1	El producto, su territorio y su mercado	49
2.2	Actividades vinculadas al proyecto de la FAO	50
III.	Resultados	53
3.1	Catastro de los productores de merkén y de ají para elaborar el merkén	53
3.2	Difusión de las posibilidades que ofrece la IG a los productores	54
3.3	Las características del merkén que hay que proteger	55
IV.	Enseñanzas aprendidas	57
4.1	Sobre el caso	57
4.2	Sobre la metodología de desarrollo de una IG	59
Caso 4.	El pallar de Ica, Perú	60
I.	Contexto del caso	60
1.1	Marco institucional	60
1.2	Por qué se ha elegido el caso piloto del pallar de Ica	62
II.	Caracterización del caso pallar de Ica	63
2.1	El producto, su territorio y su mercado	63
2.2	Actividades vinculadas al proyecto de la FAO	66
III.	Resultados	68
3.1	Capacitación	68
3.2	Definición de estándares de calidad comercial	69
3.3	Investigación cualitativa	70
3.4	Elaboración de un plan de control	70
3.5	Difusión en diferentes medios y festividades locales	71
IV.	Enseñanzas aprendidas	72
4.1	Sobre el caso	72
4.2	Sobre la metodología de desarrollo de una IG	73

Capítulo III – Conclusiones	74
Anexos	83
Bibliografía	117

AGRADECIMIENTOS

Esta publicación es fruto de las colaboraciones brindadas por el acuerdo FAO-IIICA en el marco del proyecto de la FAO “Calidad de los alimentos vinculada con el origen y las tradiciones en América Latina” en Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador y Perú, para apoyar a autoridades nacionales y a productores en la implementación de indicaciones geográficas siguiendo la metodología del “círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen”.

Muchas personas e instituciones nacionales apoyaron la consecución de los logros de ese proyecto y la creación de sinergias, lo que nos da la posibilidad de difundir, por medio de esta publicación, las enseñanzas de los diferentes procesos. En particular, queremos destacar los aportes de:

Héctor Niubo, Marcelo Champredonde, Claudio Taddeo, y Elena Schiavone, en Argentina; Pilar Eguillor, Adán González, María Teresa Oyarzún, Blanca Villalobos, Gina Leonelli, y Ricardo Tighe, en Chile; Beatriz De Assis Junqueira, Patricia Metzler Saraiva, Lucia Regina Fernandes y Geraldo Mosimann da Silva, en Brasil; Mauricio Gonzáles, Patricia Gamboa, Verónica Perea, Lily Escobar, Raquel da Costa, Ángela Díaz, Orlando Balbín y Walter Cornejo, en Perú; Wilson Picado, Daniel Rueda y Leonardo Granados, en Costa Rica, y Sergio Pino, Alba Cabrera y Jaime Freire, en Ecuador.

Los consultores en cada país son los principales contribuyentes a la documentación de cada caso. En ese sentido se reconocen los válidos aportes de: Elena Schiavone y Marcelo Champredonde para el caso de Argentina; Geraldo M. da Silva para el caso de Brasil; María Teresa Oyarzún para el caso de Chile, y Ángela Díaz Montoya para el caso de Perú. Un agradecimiento especial a María Teresa Oyarzún por el apoyo en la organización y sistematización de la información de base y el apoyo en la edición.

Se agregan a estas contribuciones las de Hernando Riveros y Emilie Vandecandelaere en la elaboración de los elementos de análisis y enseñanzas, y como originadores y editores de esta publicación.

Por último, se agradece a Natalia Rodríguez por la revisión editorial y la compaginación de este documento.

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

ADPIC	Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio
BPM	Buenas prácticas de manufactura
BRL	Real brasileño
DO	Denominación de origen
EUR	Euro
IG	Indicación geográfica
IGC	Indicación geográfica calificada
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
INAPI	Instituto Nacional de Propiedad Industrial de Chile
INDECOPI	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Perú
INPI	Instituto Nacional de Propiedad Industrial de Brasil
INTA	Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria de Argentina
IP	Indicación de procedencia
MAGyP	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina
MAPA	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento de Brasil
ODEPA	Oficina de Estudios y Políticas Agrarias de Chile
OMC	Organización Mundial del Comercio
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
ONG	Organización no gubernamental
TLC	Tratado de Libre Comercio
USD	Dólar de los Estados Unidos de América

INTRODUCCIÓN

Contexto

La diferenciación de la calidad de los productos agrícolas y alimenticios es una oportunidad para los productores de agregar valor y encontrar nuevos nichos de mercado a fin de responder a las demandas de los consumidores que valorizan esos atributos de los productos. Entre ellos, la identidad territorial que poseen muchos alimentos tradicionales en los países de América Latina representa una posibilidad de añadir valor al producto, además de preservar y promover el territorio y su patrimonio.

Una de las formas de diferenciación se basa en las características asociadas con el origen de los productos –recursos naturales como los genéticos, los saberes locales y las tradiciones– que les confieren una reputación y un reconocimiento en los mercados y se pueden valorizar y proteger mediante una Indicación Geográfica (IG) o una Denominación de Origen (DO).

En América Latina, varios países han promulgado un marco jurídico sobre la propiedad intelectual para implementar la protección de los productos alimenticios mediante estas dos distinciones. En este contexto, el proyecto de la FAO TCP/RLA/3211 “Calidad de los alimentos vinculada con el origen y las tradiciones en América Latina” se desarrolló en seis países de la región, a saber, Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador y Perú, con el propósito de impulsar un proceso que se encuentra en distintas fases de implementación en cada país, y que tiene en común la necesidad de establecer marcos de referencia y desarrollar capacitaciones especializadas sobre las IG y DO para apoyar su implementación.

La FAO, en colaboración con el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y los representantes en los países, elaboraron un proyecto de asistencia técnica, aprovechando dos seminarios regionales que habían tenido lugar en Santiago (2007) y en Costa Rica (2009), con miras a reforzar las capacidades nacionales para el desarrollo de IG y DO sostenibles,

basándose en la experiencia nueva de los seis países. El proyecto se ejecutó desde principios de 2010 hasta diciembre de 2011 y tuvo como meta general contribuir a la seguridad alimentaria y a la reducción de la pobreza de los países, así como a la preservación de sus recursos locales mediante la facilitación de los procesos de desarrollo rural y territorial a través de la implementación sostenible de IG y DO, tanto a nivel institucional como local. En cada país se seleccionó un caso piloto para apoyar a los actores locales en el desarrollo de una estrategia de calidad vinculada al origen, implementando en la práctica la metodología del círculo virtuoso elaborada por la FAO.

Objetivo y destinatarios

El objetivo de esta publicación es difundir las enseñanzas de cuatro de los casos piloto del proyecto regional de la FAO (en particular de Argentina, Brasil, Chile y Perú) que permiten ilustrar en la práctica la aplicación de la metodología del círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen para la implementación de IG y DO sostenibles, a través de una diversidad de procesos y poniendo de relieve los diferentes factores que influyen en éstos a distintos niveles.

Los destinatarios son actores públicos, expertos y capacitadores que intervienen en los temas de desarrollo rural, de promoción y comercialización de productos locales y de fomento y apoyo al uso de las IG y DO, así como a responsables a lo largo de la cadena de valor interesados o involucrados en la promoción del origen de sus productos.

Después de la descripción del contexto, se presenta la metodología desarrollada en cada caso, según la etapa y la situación, seguida de los resultados con miras a extraer enseñanzas del caso. Éstas ponen de relieve la importancia del contexto (institucional, político y del mercado) que influye sobre los procesos, así como los factores que hay que tener en cuenta en una situación similar. Emergen así grandes enseñanzas comunes a varios casos y otras específicas de cada uno de ellos según el contexto.

Capítulo I

MARCO DE REFERENCIA

I. Contexto

Los estudios de casos y los seminarios organizados por la FAO y el IICA en América Latina en diversos lugares y momentos en los últimos cinco años (FAO-IICA, 2008) han mostrado la riqueza de productos tradicionales con una fuerte identidad territorial que existe en la región. Algunos tienen una reputación internacional y ya se benefician de un sello de calidad en relación con su origen, en particular los vinos y licores (Pisco, Tequila, etc.), otros cuentan con cierto reconocimiento y con una demanda creciente por parte de los consumidores, ya que tienen características únicas relacionadas con el medio geográfico en el cual se producen, incluidos los factores naturales o humanos.

Por otra parte, la diferenciación de la calidad de los productos agrícolas y alimenticios es una oportunidad para los productores de agregar valor y encontrar nuevos nichos de mercado para responder a las demandas de los consumidores que valorizan esos atributos de los productos. Varios de ellos tienen la posibilidad de obtener un sello de diferenciación en relación con el origen y con las tradiciones y, en particular, una indicación geográfica (IG) o una denominación de origen (DO).

Las Indicaciones Geográficas Calificadas (IGC), que pueden ser una IG o una DO, son los nombres de lugares o países que identifican el origen, la calidad, la reputación u otras características de un producto, de acuerdo con la definición incluida en el artículo 22.1 del Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo ADPIC) de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Las IGC, al hacer referencia a la zona de producción o elaboración, permiten que los consumidores conozcan el vínculo entre las características de un producto y su origen, lo que propicia la adición de valor. El Acuerdo ADPIC obliga a los Estados Miembros de la OMC a disponer de medios jurídicos para evitar la utilización fraudulenta de las IGC cuando el producto tiene un origen diferente y evitar el error o el engaño al consumidor o cuando la utilización de una IGC constituye un acto de competencia desleal. Los países pueden cumplir dichas obligaciones por los medios más apropiados que su legislación disponga, ya sean leyes específicas sobre la propiedad intelectual (marca colectiva o de certificación) o más genéricas, como las normas de protección del consumidor o de defensa de la competencia, o mediante la promulgación de leyes dirigidas a la protección específica de las IG y de las DO (sistema *sui generis*).

Los instrumentos de políticas públicas que se están implementando en la región en los últimos años favorecen el desarrollo y la implementación de las IG y DO. Entre ellos se pueden mencionar los orientados a favorecer la adición de valor, así como los dirigidos a preservar los recursos genéticos locales. Además de este entorno favorable, en los talleres regionales de Chile (diciembre de 2007) y de Costa Rica (octubre de 2009) se identificaron varias dificultades que hacen más lentos los procesos o reducen las posibles repercusiones:

- Por lo que respecta a los procesos locales de desarrollo de las IG y DO:
 - ✓ Si bien existen registros oficiales de algunas IG o DO en los países involucrados, a menudo falta un uso efectivo y un empoderamiento de parte de los actores directos.
 - ✓ No había reglas o métodos claros para la identificación y la calificación de los productos para los distintos sellos vinculados al origen y las tradiciones.
 - ✓ En todos los países se advirtió un interés de distintos grupos de productores por lograr una valorización de su producto en relación con su identidad territorial, junto con una percepción positiva, pero no concreta, sobre el valor y la utilidad de la herramienta. Asimismo, existían inconvenientes o un total desconocimiento para proponer y negociar reglas de uso de las IGC: pliegos de condiciones, conformación de asociaciones o consejos para la administración y gestión.
- Por lo que respecta al reconocimiento y la protección institucionales:
 - ✓ Los países han logrado consolidar sus respectivos marcos normativos, pero siguen existiendo diferencias de enfoque y de detalles, así como en la formación de los funcionarios capacitados para su implementación. Un tema importante –que está en proceso de revisión en varios de ellos– es la no obligatoriedad de la constitución del Consejo Regulador o asociación de productores que construye y gestiona el sello. Su falta debilita la gestión del sello una vez obtenido y las posibles repercusiones locales.
 - ✓ El sector público no cuenta con suficientes recursos, conocimientos y competencias para la evaluación, el reconocimiento y la sostenibilidad de las propuestas que recibe, particularmente a nivel local, y tiene dificultades para coordinar la actuación de las autoridades de los distintos sectores, como la agricultura, el desarrollo rural, el turismo, la cultura, la propiedad intelectual, la tecnología, etc.
 - ✓ Los actores públicos que se dedican a la identificación y al registro de productos para que se beneficien de sellos de calidad vinculados al origen se encuentran en diversos organismos (ministerios de agricultura, de desarrollo rural y organismos técnicos). Sin embargo, quienes trabajan directamente en contacto con los productores son los profesionales y agentes de los organismos de investigación y extensión agrícola o rural, y no siempre tienen la capacitación o los conocimientos necesarios para apoyar el desarrollo sostenible de una IG o DO.

La situación descrita llevó a definir un proyecto regional en seis países de América Latina (Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador y Perú) con miras a apoyar los procesos de desarrollo de IG o DO, tanto a nivel local como institucional, en una perspectiva de desarrollo rural y con una metodología que se pueda reproducir en otras situaciones. En concreto, el enfoque adoptado consistió en fortalecer las instituciones públicas y privadas con responsabilidades e intereses en el desarrollo del tema de la calidad de los alimentos asociada con el origen y las tradiciones; desarrollar guías y mecanismos que les permitan mejorar su propio desarrollo en el tema; fortalecer una red de intercambio de experiencias y conocimientos e implementar un proyecto piloto por país que permitiera aplicar en el terreno las metodologías, beneficiar a los actores locales y permitir la implementación de procesos de aprendizaje colectivo entre productores y actores públicos con mandatos y competencias en el tema de las IG y DO. Cada una de las contrapartes nacionales propuso un caso piloto del país, es decir, seleccionó un producto y su cadena de valor con base en el interés que había en apoyarlo y acompañarlo por varias razones, como su carácter demostrativo, la organización y la motivación de los productores y los recursos locales empleados. Era importante a nivel regional que el conjunto ofreciera una variedad de productos y situaciones, lo cual se logró, como mostraremos en la descripción de los casos.

La estrategia consistía en implementar con los actores locales y las instituciones que formaban parte del proyecto, la metodología del círculo virtuoso de la FAO, con el propósito de sensibilizar y capacitar sobre los factores más importantes relativos a los procesos de IGC sostenibles.

Cabe notar que este tipo de proyecto de la FAO se desarrolla en un período corto y con un presupuesto modesto, lo que explica que se den situaciones como el acompañamiento en etapas particulares a procesos ya en marcha mediante actividades más bien puntuales, sobre un número pequeño de actores y en un territorio delimitado. Aún así, se espera que los resultados puedan servir de catalizador y de ejemplo para otras dinámicas.

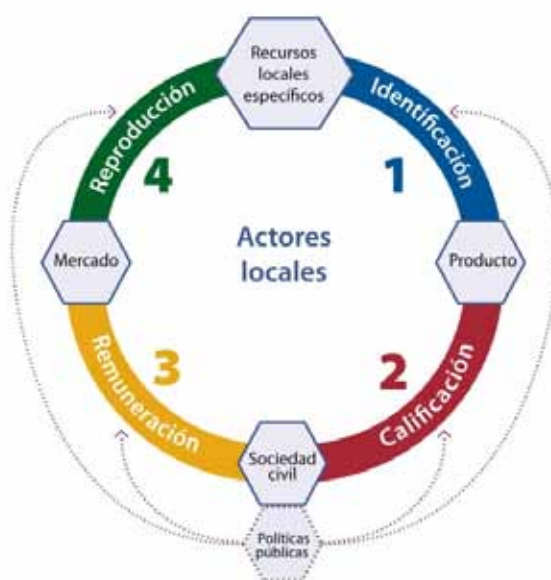
De los seis casos piloto, se eligieron los de Argentina, Brasil, Chile y Perú como casos de estudio por su carácter demostrativo y reproducible, donde a pesar del poco tiempo se lograron resultados interesantes con miras a su difusión.

En la presente publicación se resaltan las enseñanzas aprendidas de esos cuatro casos piloto, en concreto:

- Las ventajas y limitaciones de la metodología del círculo virtuoso de calidad vinculada al origen utilizada.
- Las condiciones locales claves que contribuyeron al éxito o los problemas encontrados a nivel de la dinámica local.
- Los elementos del marco institucional que favorecen o dificultan los procesos.

II. El círculo virtuoso de calidad vinculada al origen

El enfoque del círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen se estructura en cuatro grandes etapas que toman en consideración todos los elementos fundamentales de un proceso territorial de valorización de un producto de la tierra, que permita crear un valor económico y preservar el patrimonio natural y cultural asociado.



1. Identificación

La primera etapa es ineludible: se trata de identificar cuáles son las posibilidades para poner en marcha un proceso de valorización de la calidad vinculada al origen. Estas posibilidades se refieren a:

- El producto: ¿presenta una calidad vinculada al origen?
- El territorio: ¿cuáles son los recursos que se utilizan?
- Los actores locales: ¿están motivados para emprender este proceso? ¿Se han movilizad o al menos tienen capacidad de movilización?

Sin estos elementos, la estrategia se ve comprometida. Entonces, en esta fase es importante recopilar toda la información posible a través de estudios y entrevistas, principalmente a los productores, con objeto de determinar si se dan las bases para desarrollar una estrategia vinculada al origen y orientar el camino o la forma de proceder.

2. Calificación

Esta fase se desarrolla con el objeto de establecer las reglas locales para la producción de un producto de calidad vinculada al origen, sobre la base de una definición compartida por los productores, es decir, de modo participativo. En otras palabras, es la elaboración de un pliego de condiciones y el plan de control asociado, que podrán ser las bases para un posible registro oficial. En la misma línea, se pueden definir los elementos para establecer la organización que solicitará el registro y gestionará la IG o DO, si es el caso.

3. Remuneración

En la fase de remuneración se deben sentar las bases para la retribución del valor del sistema de IG o DO a través del mercado o de otro mecanismo. En el desarrollo de la misma, las partes interesadas deben coordinarse para elaborar y poner en marcha la estrategia de comercialización sobre la base de la promoción y el posicionamiento de la IG o DO. En ella también se analiza y define la función de la organización de los productores encargados de la gestión de la calidad vinculada al origen y el sistema de IG o DO. La organización desempeña una función esencial de coordinación interna, entre los productores y en el seno de la cadena de valor y de representación frente a la sociedad.

4. Reproducción

Esta fase es, en realidad, una evaluación periódica que las partes interesadas locales deben llevar a cabo para asegurar la sostenibilidad del sistema, comprobando los efectos del proceso desde una perspectiva económica, social y ambiental, y prever también los cambios y ajustes necesarios. La reproducción de los recursos locales es válida para todo el territorio y, por tanto, para todas las partes interesadas y las actividades presentes. La búsqueda de un proceso de desarrollo más sostenible lleva siempre a la elaboración de una estrategia territorial ampliada, por medio de la cual se busca extender los beneficios de la reputación a todas las actividades y crear sinergias, por ejemplo, a través del turismo local con las repercusiones que ello conlleva.

Apoyo de las autoridades públicas

A lo largo de este ciclo, las políticas públicas (nacionales o locales) establecen el marco jurídico e institucional capaz de crear las condiciones favorables para el desarrollo de la IGC, favorecer sus efectos positivos sobre el desarrollo local y reforzar la sostenibilidad ambiental o social.

III. Descripción y tipología de los casos

Los casos seleccionados por las autoridades de los países participantes para la implementación de los proyectos piloto fueron los siguientes:

- Argentina: salame de Colonia Caroya
- Brasil: guaraná de Maués
- Chile: merkén
- Perú: pallar de Ica
- Costa Rica: mora de Costa Rica
- Ecuador: cacao Arriba

Productos seleccionados para los proyectos piloto



Salame de Colonia Caroya
(Foto: Schiavone, E.)



Guaraná de Maués
(Foto: Mosimann, G.)



Merkén
(Foto: Leonelli, G.)



Pallar de Ica
(Foto: Oyarzún, M.T.)



Mora de Costa Rica
(Foto: Picado, W.)



Cacao Arriba
(Foto: Pino, S.)

Todos ellos muestran una diversidad de situaciones que se dan en América Latina, respecto de procesos de valorización de productos basados en atributos de calidad vinculados a su origen. Estas situaciones consideran factores como el entorno institucional, los componentes básicos tanto de los productos como de los procedimientos, los objetivos de las partes interesadas por lograr una distinción del tipo IG o DO, la cadena de comercialización y el consumo y el tipo de productores.

En esta parte, se analizan los seis casos piloto con el fin de ilustrar la diversidad de los procesos. Los capítulos siguientes se centrarán sólo en los cuatro primeros casos.

3.1 La perspectiva institucional

Al analizar desde esta perspectiva los diferentes casos, se observan dos niveles de desarrollo institucional:

- **Países en los que existe una normativa específica para la promoción, el apoyo, el registro y el control de las IG/DO y con un papel importante de los Ministerios de Agricultura en la aplicación de este instrumento a productos silvoagropecuarios y agroindustriales, que comprende intervenciones específicas de apoyo y una oferta de servicios de asistencia técnica para la producción y la organización de los productores, por parte de diferentes agentes:**
 - ✓ Argentina: La Unidad de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de la Dirección Nacional de Valor Agregado de la Subsecretaría del mismo nombre, del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca (MAGyP) ha diseñado, entre otros instrumentos, un logo unificado para acompañar a los logos específicos de cada IG/DO, y se cuenta con apoyo institucional para la gestión de las mismas, encabezado por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).
 - ✓ Brasil: El Instituto de Propiedad Industrial (INPI) es la entidad que registra y autoriza el uso de las IG/DO; el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA) tiene a su cargo el fomento, la asistencia técnica, la supervisión y el control de las IG de los productos agropecuarios en el país. La Empresa Brasileña de Investigación Agropecuario (EMBRAPA), Instituto Paranaense de Asistencia Técnica y Extensión Rural (EMATER) y otras agencias públicas y privadas, entre ellas algunas universidades, cuentan con la capacidad necesaria para apoyar procesos orientados a su obtención y aplicación.
 - ✓ Chile: La Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA) del Ministerio de Agricultura tiene la competencia de revisar y aprobar las solicitudes de registro de IG/DO de productos silvoagropecuarios y agroindustriales, y su decisión es vinculante para el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI), que las registra. Además, existe una coordinación para llevar a cabo acciones conjuntas entre el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, el INAPI y la Subsecretaría de Desarrollo Regional (SUBDERE), con el fin de promover y apoyar el uso de IG, DO y marcas.

- Países en los que existe una normativa específica para el registro y el control de las IG/DO, y donde las oficinas de protección de la propiedad intelectual se encargan de la evaluación, la aprobación y el registro de las solicitudes; los Ministerios de Agricultura desempeñan un papel menos visible y el apoyo institucional a la cadena de valor es incipiente o casi inexistente:
 - ✓ Costa Rica: Existe una Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos que abarca las DO e IG. El organismo público encargado de la evaluación y el control de las distinciones solicitadas es el Registro de la Propiedad Intelectual.
 - ✓ Ecuador: La autoridad competente de la declaración y el registro de las DO es el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI).
 - ✓ Perú: La autoridad competente de la declaración y el registro de las DO es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

3.2 Algunos componentes básicos de los procesos

Para caracterizar los casos desde este punto de vista, se consideraron cinco factores: el producto, el objetivo que se trata de conseguir con la obtención de la IG/DO, los productores, la localización de la actividad y la cadena de comercialización y el consumo.

- Por lo que se refiere al **producto**, se pueden diferenciar dos categorías según la reputación y la vinculación al origen:
 - ✓ Productos con reconocido renombre y reputación, asociados a un saber hacer, una cultura y/o características geográficas de un territorio, como son el merkén en Chile, el guaraná en Brasil, el salame de Colonia Caroya en Argentina y el cacao Arriba en Ecuador;
 - ✓ Productos con cierto renombre pero con la necesidad de identificar las características y la vinculación al origen, como sucede con la mora de Costa Rica y el pallar de Ica en Perú.
- El **objetivo de los actores** que inician el proceso para lograr una IG o una DO:
 - ✓ Situaciones donde el nombre del producto se utiliza para anunciar otros productos y los actores locales quieren protegerlo para reservarse el uso. La usurpación es, de hecho, una justificación importante para proteger el nombre con un derecho de propiedad intelectual, lo que se presenta en los casos del cacao Arriba, nombre usurpado por productores que ofrecen un grano que no tiene las características del de Arriba; el merkén, utilizado en productos obtenidos con nuevas

recetas; el pallar de Ica, denominación utilizada para ofrecer otros tipos de pallares en Perú y también en mercados externos, como en España, y el salame de colonia Caroya, empleado para ofrecer un producto obtenido con procesos y recetas diferentes de los tradicionales.

- ✓ Otro objetivo es diferenciar el producto en el mercado, demostrando las características especiales que lo hacen único frente a otros de la misma categoría, como el caso de la mora de Costa Rica, que se quiere diferenciar de otras moras del país a nivel nacional y también de otros países en el mercado internacional, y del guaraná de Maués, para diferenciarlo de otros producidos en regiones diferentes dentro del mismo Brasil.
- ✓ Por último, otro objetivo importante asociado a las IG/DO es el reconocimiento de la identidad en relación con la tradición, la cultura de una gente y su región, éste es el caso del salame de Colonia Caroya y más aún del guaraná de los Sateré-Mawé, donde el objetivo que quieren conseguir los productores con la IG no es de carácter económico, sino el reconocimiento oficial de que el guaraná forma parte de su tradición e identidad, siendo ellos sus "hijos".
- Por lo que respecta al **productor**, se pueden establecer diferencias entre:
 - ✓ Miembros o descendientes de etnias o poblaciones originarias, en los casos de los mapuches (merkén), Sateré-Mawé (guaraná) y friulanos (salame de Colonia Caroya).
 - ✓ Productores de agricultura familiar, en los casos del merkén en Chile, mora de Costa Rica y el pallar de Ica en Perú.
 - ✓ Microempresarios o agroindustriales rurales, como en el salame de Colonia Caroya y el guaraná de Maúes.
- En cuanto a la **localización** de la actividad primaria, se aprecian dos situaciones:
 - ✓ Producciones dispersas en varias regiones del país con focos con mayor concentración y reconocimiento, como sucede con el guaraná, que prepondera en la región del Amazonas y está presente en Bahía, Pará y Mato Grosso; el merkén, concentrado en la región de La Araucanía, pero también con representación en parte de las regiones de Bío-Bío y Los Ríos; la mora de Costa Rica, con una gran preponderancia en la Zona de los Santos y diseminada en la mayor parte de la zona cafetalera del país; el pallar de Ica, con preeminencia en algunos distritos del departamento de Ica y una oferta menor en otros departamentos del país; el cacao Arriba producido en las zonas más altas de todo el país. Con los proyectos, se trató de ver si en todas estas situaciones la producción era similar en todas las zonas y si podían ser parte de la IG.

- ✓ Producción focalizada en un núcleo urbano de una zona rural, como sucede con el salame de Colonia Caroya, en la provincia de Córdoba (Argentina).
- En último lugar, la **cadena de comercialización y el consumo** muestran la mayor dispersión de alternativas:
 - ✓ Venta directa o circuito corto a consumidores finales, con importancia creciente de la dinámica turística, dentro de la cual se puede incluir al salame de Colonia Caroya y algunos circuitos comerciales del merkén y de la mora de Costa Rica.
 - ✓ Venta como insumo a industrias, situación que se da en el guaraná de Maués (no el de los Sateré-Mawé), con la industria de bebidas y los circuitos de productos nutraceuticos y en la mora de Costa Rica, con agentes industriales de diversas características dedicados a la producción de pulpas, dulces, mermeladas y otros derivados de frutas.
 - ✓ Mercados nacionales con alta participación de intermediarios (mora de Costa Rica (fresca), pallar de Ica (fresco y seco)).
 - ✓ Mercados nacionales de alto valor agregado, como la gastronomía y las tiendas "gourmet", que caracterizan algunos circuitos comerciales del merkén y del pallar de Ica.
 - ✓ Mercados internacionales mediante circuitos especializados que valorizan atributos especiales de los productos, situación que se aprecia principalmente en el guaraná de los Sateré-Mawé, en las tiendas de comercio justo y de productos naturales.
 - ✓ Mercado internacional de un producto no procesado en el caso del cacao Arriba que se vende en su mayor parte no tostado a los exportadores.

Todos los factores considerados para hacer esta presentación integrada de los casos deberían tener indudable injerencia en el desarrollo de los proyectos piloto y en la obtención y apropiación de sus resultados. Se espera que varios de los elementos identificados favorezcan la evolución de dichos proyectos y de los procesos que se den a partir de ellos, mientras que otros probablemente dificultarán esas dinámicas.

3.3 La situación relativa a cada uno de los casos

Para analizar esta variable se consideraron los tres factores siguientes: el estado del proceso de valorización del producto con base en su calidad vinculada al origen, las expectativas que había frente al proyecto y las amenazas que se identificaban en la presentación misma del caso.

- Con referencia al estado del proceso se distinguen tres situaciones:
 - ✓ Procesos ya en marcha para tratar de obtener el registro de una DO de un producto tradicional, con reputación y con calidad vinculada al origen, como sucede con los casos del salame de Colonia Caroya, en Argentina y del guaraná de los Sateré-Mawé de los agricultores de Maués en Brasil;
 - ✓ Procesos que se ponen en marcha promovidos por el proyecto y que comienzan por la fase de identificación. Estos son los casos del merkén en Chile y de la mora en Costa Rica, donde los productores se motivan e interesan por lograr un sello de calidad;
 - ✓ Procesos que no se han activado después de diferentes iniciativas anteriores y que el proyecto trató de dinamizar, entre los que se incluyen el pallar de Ica en Perú y el cacao Arriba en Ecuador.
- De todos los proyectos se esperaba que se generara información, pero con tres propósitos diferentes:
 - ✓ Que permitiera revisar o terminar la fase de calificación (incluyendo los aspectos del control y la certificación) y establecer las bases para la remuneración. Ésta era la expectativa en los casos del salame de Colonia Caroya en Argentina, del pallar de Ica en Perú y del cacao Arriba en Ecuador.
 - ✓ Que permitiera tomar decisiones sobre alternativas de acción o generar acuerdos a partir de intereses diferentes para cumplir con la fase de calificación. Esto se esperaba sobre todo en los proyectos piloto del guaraná de los Sateré-Mawé y del guaraná de los agricultores de Maués en Brasil.
 - ✓ Conocer las reales posibilidades del producto para gestionar y/o aprovechar una IG o DO (fase de identificación), como era la demanda en los casos de la mora de Costa Rica y del merkén en Chile.

- Al examinar las dificultades para la consolidación de los procesos que se mencionaban en la presentación de los casos, se identificaron tres situaciones relacionadas a los actores locales:
 - ✓ Diferencias en el modo de producción (como los casos de falsificaciones y usurpaciones) en la misma zona de producción, constatadas en el salame de Colonia Caroya, en el merkén y en el cacao Arriba.
 - ✓ Falta de conexión con el mercado por la escasa participación en el proceso de IG (poco interés) de los intermediarios o exportadores, en el caso del pallar de Ica, el cacao Arriba y la mora de Costa Rica, lo que genera un relativo aislamiento de los productores.
 - ✓ Diferencias de conocimientos sobre el proceso de IG/DO y sobre las expectativas e intereses entre los diferentes actores presentes, de una u otra forma, en todos los casos.

Capítulo II

ESTUDIOS DE CASOS

CASO 1. EL SALAME TÍPICO DE COLONIA CAROYA, ARGENTINA

Con la contribución de:
Marcelo Champredonde, Instituto Nacional
de Tecnología Agropecuaria,
y Elena Schiavone, Consultora de la FAO¹

I. Contexto del caso

1.1 Marco institucional

En Argentina, mediante la Ley N° 25.380 y su modificatoria N° 25.966, se creó el régimen jurídico para la protección y la promoción de los productos agrícolas y alimenticios que presentan características o cualidades diferenciales en razón de su origen geográfico, estableciendo como autoridad de aplicación de la ley al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGyP). Es así como se regula el régimen de las indicaciones geográficas² y las denominaciones de origen³ en materia de productos agrícolas y alimenticios. Asimismo, en la Resolución N° 587 del año 2010 y, recientemente, en la Resolución N° 546 del año 2011 se definen los siguientes logos oficiales para un producto con reconocimiento del tipo IG y DO en Argentina (<http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/valorAr/IGeo.php>).

Logos oficiales para la IG y la DO



¹ Consultora Nacional del Proyecto de la FAO TCP/RLA/3211 en Argentina y Consultora del Proyecto de Gestión de la Calidad y Diferenciación de los Alimentos (PROCAL) en Argentina.

² Indicación geográfica: aquélla que identifica un producto como originario, del territorio de un país, o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad u otras características del producto sean atribuibles fundamentalmente a su origen geográfico. (Inciso sustituido por el artículo 2° de la Ley N°25.966 - B.O. del 21 de diciembre de 2004).

³ Denominación de origen: el nombre de una región, provincia, departamento, distrito o localidad o de un área del territorio nacional debidamente registrada que sirve para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos (Ley N°25.380 - B.O. de 9 de enero de 2001).

Cada solicitud de registro debe contar con el aval de la autoridad provincial competente, y pasa posteriormente a ser evaluada por la Comisión Nacional Asesora de IG y DO de Productos Agrícolas y Alimentarios⁴, que tiene la responsabilidad de emitir un dictamen de carácter no vinculante. A continuación, corresponde al MAGyP a través de la Subsecretaría de Agregado de Valor y Nuevas Tecnologías, Área Indicaciones Geográficas y Denominación de Origen, determinar la resolución sobre la aprobación o el rechazo de una solicitud de registro del tipo IG o DO en Argentina.

En dos años de implementación de la normativa en Argentina –hasta noviembre de 2012– se ha aprobado el reconocimiento de DO para dos productos, a saber: el chivito del Norte Neuquino y el salame de Tandil⁵.

La **DO Chivito Criollo del Norte Neuquino**, aprobada en diciembre de 2010, protege la carne de “Chivito mamón” y de “Chivito de veranada”.



La **DO Salame de Tandil**, aprobada en septiembre de 2011.



En Argentina, diferentes grupos de productores que han trabajado o están trabajando para obtener un reconocimiento oficial del tipo IG o DO cuentan con el apoyo técnico de instituciones y de iniciativas oficiales como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), el Programa de Gestión de Calidad y Diferenciación de Alimentos (PROCAL II) o el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y de universidades, entre otros.

⁴ Presidida por el Secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca, o en caso de impedimento por el Subsecretario de Agroindustria y Mercados, e integrada por representantes de la Dirección Nacional de Agroindustria; la Dirección Nacional de Economía, Financiamiento y Mercados, la Subsecretaría de Producción Agropecuaria y Forestal, la Subsecretaría de Desarrollo Rural y Agricultura Familiar; la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura; representantes de cada Provincia integrante del Territorio Nacional, del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, del INTA, del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), de la Comisión Nacional de Alimentos (CONAL), del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), del Consejo Federal de Inversiones (CFI) y de los distintos Consejos de Denominaciones de Origen de productos agrícolas o alimentarios. Todos los representantes ejercerán su cargo "ad honorem".

⁵ Para revisar las actualizaciones sobre las IG o DO registradas y acceder a información sobre ellas, sírvase visitar el sitio Web:

<http://www.alimentosargentinos.gov.ar/contenido/valorAr/IGeo.php?secigdo=productos>

Estos organismos del Estado han participado activamente en el acompañamiento y el desarrollo de actividades relacionadas con la recopilación y la sistematización de los antecedentes históricos y técnicos requeridos para completar la solicitud para postular a un registro del tipo IG o DO. Además, existe consenso entre los actores locales y las autoridades públicas en los tres niveles del Estado (federal, provincial y municipal) sobre el “valor” del reconocimiento de la calidad vinculada al origen y su aplicación mediante acciones colectivas locales, a fin de propiciar el desarrollo de los recursos, mejorando las oportunidades de comercialización y, por ende, la competitividad. Todo ello significa que el Estado presta un gran apoyo a las iniciativas para postular un producto a un reconocimiento del tipo IG o DO.

1.2 Por qué se ha elegido el caso piloto del salame típico de Colonia Caroya

Como parte del proyecto de la FAO “Calidad de los alimentos vinculada con el origen y las tradiciones en América Latina”, durante 2011 se apoyaron actividades encaminadas a completar la solicitud de registro de la IG para el salame de Colonia Caroya, cuyos productores ya habían avanzado en este proceso gracias al apoyo de instituciones públicas y académicas. Este producto fue propuesto por la entonces Secretaría de Agricultura Ganadería y Pesca (actual MAGyP), contraparte nacional oficial del proyecto, por los siguientes motivos (Schiavone, E. y Champredonde, M., 2010):

- El producto tiene **renombre y reputación** a nivel nacional.
- Presenta una **calidad específica vinculada al origen** reconocida por los consumidores, que lo distinguen de otros salames –industriales– y de otros de tipo artesanal obtenidos en diferentes lugares de Argentina, que presentan a su vez una reputación unida a su origen geográfico.
- Es necesario proteger la reputación y el prestigio del salame de Colonia Caroya, ya que hay falsificaciones y usurpaciones en el mercado nacional, así como prevenir y sancionar las “auto-usurpaciones” (Champredonde y otros, 2009) al comercializarse salames elaborados en Colonia Caroya pero que no se corresponden con el definido como típico⁶.

Al momento del aporte del proyecto de la FAO, ya se contaba con información sistematizada sobre la definición del producto, su historia y la delimitación del territorio. Por lo que se refiere a la implementación de la

⁶ La dimensión del problema de la producción de salames elaborados en Caroya y que no son típicos se comprende al observar que “la oferta de productos que puedan comunicar la IG se basa en la producción de seis elaboradores de manera más o menos segura y de cinco que podrían entrar rápidamente en el proceso. Éstos no llegan a representar ni la mitad de los elaboradores totales, y su producción equivale solamente al 17,4 % del volumen producido en Colonia Caroya. Es decir, el 82,6 % del volumen producido no podría beneficiarse de la IG” (Boué, E. y Champredonde, M., 2013).

metodología del círculo virtuoso de la calidad, ya se había completado la fase de identificación del producto, y el grupo de productores del salame Colonia Caroya se encontraba completando la fase de calificación, con el fin de reunir los requisitos que faltaban y ponerse de acuerdo sobre ellos para elaborar el pliego de condiciones y presentar la solicitud de registro de esta IG ante la autoridad competente, así como empezar a desarrollar actividades relativas a la remuneración, en relación con la promoción del producto típico y su futura DO. Los acuerdos que se lograron entre los productores incluyen aspectos como el nombre de la IG, la descripción del producto y sus características que lo diferencian de otros similares, la descripción de las materias primas e ingredientes y su proporción aceptable en la mezcla, así como su procedencia y la delimitación del área geográfica, definida por factores humanos, naturales, medioambientales y genéticos.

El INTA realiza un seguimiento de este producto como caso de estudio desde 2008 debido a sus posibilidades de reconocimiento del tipo IG o DO, y ha apoyado de forma continua a los productores en el proceso para completar la recopilación de los antecedentes históricos y técnicos que conforman la solicitud de registro de la Indicación Geográfica del Salame de Colonia Caroya, proceso que se encuentra en las etapas finales al momento de preparar esta publicación.

Además del INTA, para alcanzar estos logros los productores recibieron el apoyo del Municipio de Caroya, del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), de la Universidad Nacional de Quilmes, del Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural (RIMISP) y del Instituto Nacional de Investigación Agronómica de Francia (INRA).

Es de destacar que a lo largo del proceso se trabajó sobre la resolución de conflictos y la generación de confianza para el desarrollo de acciones colectivas, ya que en pasado se habían producido malas experiencias que permanecían en la memoria de los productores, como la caída de la cooperativa La Caroyense, la imposibilidad de formar la Cámara de Chacinadores y los repetidos conflictos entre ellos en ocasión de la organización de la fiesta local del salame. El grupo de productores que ha trabajado para la protección de su producto está constituido principalmente por pequeños productores que velan por respetar un proceso productivo que garantice el salame de Caroya identificado como "típico" y que responde a un proceso de elaboración a base de ingredientes naturales y maduración en sótano, lo cual no parece compatible con una producción industrial (Schiavone, E., comunicación electrónica de noviembre de 2012).

Por lo tanto, lo interesante en este caso era seguir implementando la metodología del círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen a fin de completar la fase de calificación y empezar la de remuneración, y aprovechar una situación compleja debido a los conflictos locales para que todas las instituciones involucradas pudieran extraer enseñanzas y beneficios de un

aprendizaje recíproco y colectivo. De hecho, fue particularmente llamativo observar cómo un proceso de IG permite combinar varias iniciativas que convergen en el desarrollo rural, basándose en los recursos locales y creando sinergias entre varias instituciones (el INTA, el MAGyP, el Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, el Instituto Nacional de Tecnología Industrial y el Municipio de Caroya).

II. Caracterización del salame de Colonia Caroya

2.1 El producto, su territorio y su mercado

El salame de Caroya es un embutido o chacinado seco elaborado en Colonia Caroya en la provincia de Córdoba (Argentina), localidad ubicada al noroeste del país cerca de las Sierras de Córdoba y de las Estancias Jesuíticas, uno de los centros y circuitos turísticos más importantes del país, donde se ha desarrollado un comercio especializado en quesos y chacinados. Dado que Colonia Caroya es un lugar de paso obligado hacia el noroeste de Argentina, el salame de Caroya se ofrece desde hace décadas al borde de la Ruta 9, siendo un importante punto de venta y de difusión de la reputación del producto. Este salame se ofrece como un producto especial y diferente de otros salames similares de la zona (Champredonde, M. y otros, 2009).



Fuente: Schiavone, E. y Champredonde, M., 2010. Monografía del salame de Caroya.



Fuente: Schiavone, E. y Champredonde, M., 2012. Informe del caso piloto de Argentina: el salame de Colonia Caroya.

Desde la perspectiva de su origen, este salame es un producto típico de fusión de culturas migrantes, elaborado durante más de un siglo, inicialmente para autoconsumo y más adelante, a partir de la década de 1950, con una orientación más comercial. La tipicidad del producto se basa fundamentalmente en el saber hacer de los productores locales, principalmente en la elección de las materias primas (con características no específicas), el conocimiento de la receta (sus ingredientes) y los saberes movilizados en los procesos de la mezcla, el embutido y atado, la maduración y la degustación. Una de las etapas más complejas y determinantes del perfil sensorial del salame caroyense es su definición durante la etapa de maduración.

El salame de Caroya es, dentro de los productos de su tipo, uno de los que goza de mayor renombre en toda Argentina y por ello es objeto de usurpación de imagen en los grandes centros urbanos del país. Es un producto particular, ya que resulta de una receta única –aunque con variables en la zona–, compartida por todos los productores (familiares y comerciales de pequeña, mediana y gran escala), con un fuerte arraigo cultural, ya que es un producto de una cultura migratoria (inmigrantes friulanos⁷) que se fusiona en el territorio con los elementos locales.

El saber hacer se refleja en varias etapas del proceso, como la receta, la elección del tipo y calibre de la tripa y la selección de cortes y separación de nervios de la carne de cerdo y de vacuno, con variaciones de acuerdo a la escala de producción del productor. Se manifiestan también saberes empíricos relativos a la maduración, que consisten en saber estimar la humedad superficial y el estado de madurez del producto basándose únicamente en la observación visual y el tacto. Además, es importante la regulación de la humedad ambiente y la temperatura del sótano (o cámara), que se realiza mediante las técnicas más antiguas de colocar brasas para secar o poner bolsas mojadas para humedecer el ambiente, y la gestión de la ventilación, desde la alternativa natural a la moderna implementación de climatizadores. Respecto del sótano, donde se realiza el proceso de maduración, su construcción y diseño también es fruto de un saber hacer asociado.

En relación a la procedencia de las materias primas, en el pasado era generalizada la producción local de cerdos y vacunos de diversas razas, con alimentación a base de alfalfa y maíz en grano. Actualmente, no hay una especificidad tan marcada debido a la gran variabilidad de sistemas de producción local, algunos de ellos intensivos, basados en subproductos industriales, mientras que otros siguen utilizando materias primas que provienen de la crianza de cerdos y vacunos a nivel familiar. Asimismo, otra parte importante de los cortes de carne proviene de frigoríficos situados en otras provincias, como Santa Fe. Por consiguiente, hoy en día no puede identificarse una raza animal determinada ni tampoco una alimentación o métodos de crianza específicos. Sin perjuicio de ello, dado que la selección de la materia prima es un saber relevante, se han podido identificar algunos de sus parámetros importantes relacionados a la calidad específica.

⁷ Inmigrantes de la región de Friuli en el nordeste de Italia, que llegaron a la zona en 1870.

Por otra parte, el saber degustar el salame no se limita a la apreciación de la apariencia y las características como el sabor, la consistencia y el nivel de humedad, sino también a la forma del corte, en rodajas oblicuas, y la combinación con alimentos como el pan casero y el vino local, también tradicional de la zona y producto típico de la cultura migrante friulana, que reprodujo su saber hacer también en la vitivinicultura.

Todas estas características confieren a los salames de Colonia Caroya un sabor particular, además de experimentar una cierta variabilidad respecto del atado, la cantidad de aros de hilo (de 3 a 5), el diámetro (de 50 mm a 60 mm), la longitud (de 30 cm a 40 cm) y el grosor de los dados de tocino (de 4 mm a 6 mm). La principal diferencia, y la más crítica, radica en el tiempo de maduración, que si no es el adecuado menoscaba la calidad buscada.

Por lo que se refiere al territorio⁸, la ciudad de Colonia Caroya, abarca 19 310 hectáreas divididas en explotaciones de entre 2 hectáreas y 24 hectáreas, está ubicada a 50 Km al norte de la ciudad de Córdoba Capital, dentro de la provincia homónima, y cuenta con una población de alrededor de 15 000 habitantes. La ciudad se asienta sobre parte de las tierras denominadas originariamente Caroya o Caroyapa, que antiguamente pertenecían a los pueblos nativos sanavirones y luego fueron adquiridas por la orden religiosa de La Compañía de Jesús, que, posteriormente pasa a ser Colonia Caroya y en 1878 es colonizada por unas 60 familias de inmigrantes friulanos. Las condiciones del clima y las características del suelo facilitan la implantación de cultivos como viñedos, árboles frutales y algunas hortalizas en sistema extensivo, como la batata, el ajo y la patata (papa). También se desarrolla la cría de ganado porcino y vacuno. La elaboración de chacinados forma parte de las tradiciones transmitidas por la población local desde la llegada de las primeras familias friulanas. Los productos más destacados son el salame y el codeguín. El salame sigue elaborándose a partir de las recetas familiares y por eso forma parte del patrimonio local, junto con el paisaje caroyense y la canasta de alimentos típicos.

La población de Colonia Caroya hoy en día está formada por descendientes de friulanos y habitantes de otros orígenes, por la constante llegada de nuevos pobladores. Al analizar el origen de los actuales productores de salame casi la mitad de ellos no tiene apellido friulano (encontramos originarios de otras zonas de Italia, criollos, griegos, etc.) y muchos de ellos tampoco tienen antepasados friulanos. Asimismo, se ha ido incrementando no sólo la cantidad de productores comerciales y de locales, sino también el volumen ofrecido por algunos de ellos.

El paso de la producción familiar para autoconsumo a la producción comercial se produjo en la década de 1960, a partir de una crisis económica local provocada por la pérdida de las cosechas de fruta a consecuencia del granizo. Ante esta eventualidad, algunas familias reorientaron la elaboración del salame a la producción comercial destinado hasta ese momento exclusivamente al autoconsumo. Uno de los cambios más importantes relacionados a la

⁸ (Schiavone, E. y Champredonde, M., 2010)

elaboración del producto es que se comenzó a producir a lo largo de todo el año, mientras que tradicionalmente sólo se fabricaba este salame en los meses de otoño y hasta finales del invierno.

El interés en generar ingresos todo el año demandó desafíos técnicos para los productores. Por ejemplo, cómo mantener durante todo el año las condiciones de temperatura y humedad necesarias para la maduración adecuada del salame. Entonces se impuso la necesidad de utilizar equipos para el enfriamiento del aire en los sótanos (Champredonde, M. y otros, 2010) y así controlar la temperatura a lo largo de todo el año.

Según una encuesta realizada en 2008, la cantidad de salame en Colonia Caroya destinada al mercado alcanzaba una media anual de 520 toneladas, con una producción mayor en los meses de verano, lo que representa una facturación de 4 millones de USD. En 2011, el valor económico del salame en Colonia Caroya ascendía a 6 millones de USD, y daba trabajo a 125 personas, de las cuales casi la mitad correspondía a mano de obra familiar.

La producción comercial del salame es de varios tipos: i) el “mercantil familiar en pequeña escala” produce salame a lo largo de todo el año en volúmenes que oscilan entre 1 800 kg y 12 000 kg anuales. La maduración de los salames se lleva a cabo por lo general en el sótano. La mano de obra es predominantemente familiar y se contratan entre uno y dos empleados. La venta se suele realizar en la propia tienda al por menor. Generalmente, se combina con actividades como carnicería, almacén o de otra índole como recepción de turistas, elaboración de dulces o producción agropecuaria. En esta categoría figuran 14 productores, ii) el tipo “mercantil familiar” lo componen cuatro empresas familiares y emplea mano de obra familiar, pero también contrata mano de obra externa (de uno a siete empleados por empresa). El volumen producido oscila entre 12 000 kg y 60 000 kg al año. Las maquinarias son mayoritariamente de acero inoxidable. La maduración de los salames se lleva a cabo por lo general en el sótano y en algunos casos en cámara. Esto último determina plazos de maduración más cortos. Abastecen al mercado local, a turistas que visitan Caroya y al mercado regional, especialmente centros turísticos de las sierras de Córdoba, iii) por último, la “industria a gran escala”, formada por otras cuatro empresas familiares que producen entre 60 000 kg y 100 000 kg al año. La mano de obra es predominantemente familiar, en un caso, y en los otros se contrata hasta diez empleados. La maduración de los salames se desarrolla en cámaras y, en algunos casos, una parte en sótano. Comparten mercados con las otras empresas, pero dado que tres productores cuentan con habilitación para el tránsito federal, exploran mercados de todo el país. Algunas empresas llegan a facturar más de 600 000 USD al año.

Estudios recientes muestran que en 2012, 29 empresas productoras del territorio de Colonia Caroya daban empleo a alrededor de 150 personas de manera directa y producían un total de 760 toneladas anuales de salame fresco, que equivalen

a 645 toneladas de salame madurado. Ello representa una facturación total de aproximadamente 7 720 000 EUR al año (43 289 000 pesos argentinos)⁹, (Bué, E. y Champredonde, M., 2013).

2.2 Actividades vinculadas al proyecto de la FAO

a) Actividades de sensibilización

Se organizaron dos talleres a nivel nacional para más de 100 profesionales, representantes de instituciones públicas y privadas con responsabilidades e intereses en el desarrollo del tema de la calidad asociada al origen, como miembros de la Comisión Nacional Asesora de IG y DO, agentes públicos de distintos organismos, políticos, administrativos y técnicos y representantes de grupos de productores de otros productos con posibilidades de seguir este proceso para presentar una solicitud de IG o DO.

Los objetivos de los talleres fueron:

- Del primero, difundir y desarrollar las herramientas de diferenciación en relación a la calidad vinculada al origen a través de la exposición de los elementos necesarios para su construcción colectiva, así como brindar capacitación y elementos básicos para la comprensión de la herramienta de IG y su aplicación en el terreno.
- Del segundo, generar competencias profesionales que permitan prestar apoyo a proyectos de investigación-intervención para la construcción de una IG en Argentina y para la evaluación de solicitudes de registro.

b) Actividades de capacitación y apoyo a la calificación

En el proyecto han participado 20 productores, pero sólo diez de los considerados "típicos" participaron de manera frecuente, formando el núcleo "líder" del proceso.

A nivel local, se realizó un taller intensivo en diciembre de 2011 con los profesionales involucrados en el caso piloto del "Salame de Colonia Caroya", que contó con la participación de 12 productores de salame. En este taller, se intercambiaron opiniones sobre el contenido del pliego de condiciones, el área geográfica, la definición del salame "típico" con base en los resultados de los paneles de degustación, el tema de la inocuidad y trazabilidad y el uso de aditivos.

Por lo que se refiere a la definición de los criterios para la obtención de la IG, se lograron:

⁹ Una comparación con la producción de soja -el principal cultivo de la zona- muestra que este ingreso representa el equivalente a la producción de 11 574 hectáreas de soja, o sea, un 70 % de la superficie agrícola actual de Colonia Caroya.

- Aportes técnicos: la realización de ensayos sobre el impacto del uso de aditivos y, en particular, de fermentos, lo que generó una recomendación para mejorar la inocuidad (por ejemplo, a través del uso sistemático de medidores de pH).
- Aportes organizativos: discusión y debate para llegar a acuerdos sobre los requisitos del pliego de condiciones (por ejemplo, sobre la legitimidad de los aditivos que se pueden utilizar y la recomendación de un tiempo mínimo de maduración de 21 días).
- Aportes de conocimiento: estudio sobre la comercialización y el plan de control.

Habida cuenta de la información disponible y basándose en acuerdos básicos y el resultado de las discusiones, los productores participantes iniciaron formalmente por consenso el proceso que concluyó en una solicitud de IG para el Salame Típico de Colonia Caroya ante el Registro Nacional de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen del MAGyP. Trece productores firmaron la solicitud, lo que representaba una buena parte de la producción, dado que el productor más grande había firmado. Posteriormente, en noviembre de 2013, la Comisión Nacional Asesora de IG y DO en Argentina aprobó la IG Salame Típico de Colonia Caroya.

c) Actividades de promoción

En cuanto a la promoción de la IG, se realizó lo siguiente:

- Se elaboró un folleto sobre la IG del Salame de Colonia Caroya y los cuidados para su conservación, basándose en un debate sobre el modo de comunicar a los consumidores información de esta IG en forma breve y fácil.
- Se organizó un concurso para definir el logo y el emblema de la IG que llevarán los salames que se identifiquen con dicha indicación. Este concurso se hizo entre los estudiantes avanzados de la carrera de diseño gráfico del Instituto de Educación Superior (IES) de Córdoba. A continuación, la población de Caroya votó entre los tres o cuatro logos seleccionados previamente por los productores del Consejo y, finalmente, se eligió el siguiente logo para distinguir el salame de Caroya con IG:

Logo de IG para el salame de Caroya



- Se apoyó la presencia institucional del equipo de productores y técnicos durante festivales o seminarios, en particular en ferias del INTA en las regiones de Córdoba (2011) y de Salta (2012), la feria nacional “Caminos y Sabores” de alimentos regionales, artesanía y turismo (2011, 2012, 2013) y muchas otras más.

III. Resultados

Gracias a la metodología del círculo virtuoso de calidad vinculada al origen se avanzó en la formulación del pliego de condiciones, basándose en los resultados de las actividades de acompañamiento, sobre todo en lo relacionado con la utilización de aditivos y el establecimiento de sistemas de control durante el proceso para garantizar la inocuidad del producto. Además, ha servido para que distintas instituciones desarrollaran diferentes trabajos con un objetivo común: calificar a un producto que presentaba una reputación valorada en los mercados locales y una especificidad reconocida, pero sin una descripción técnica y científica de ella.

Por lo que respecta al desarrollo de la capacidad institucional, las actividades realizadas en el contexto del proyecto contribuyeron a consolidar un equipo de trabajo multidisciplinario e interinstitucional y formar profesionales en procesos de objetivización de la calidad para la IG, así como reconocer los recursos técnicos y económicos necesarios para el desarrollo de casos. Gracias a la sensibilización de los actores públicos interesados en el tema a nivel nacional y, en particular, de los miembros de la Comisión Nacional Asesora de IG y DO se facilitó tanto el proceso de evaluación como el dialogo público-privado.

Por lo que se refiere al ámbito local del proceso de construcción de la IG, el proyecto permitió avanzar hacia la concreción de acuerdos que culminaron en la finalización del pliego de condiciones y la presentación de la solicitud de IG para el salame de Caroya en abril de 2013 (véase el Anexo 1). También contribuyó a la participación de los productores y de la sociedad local, lo cual, a través de estudios y debates, ha generado un claro orgullo entre los productores y los actores sociales. El grupo promotor se ha organizado en un Comité y están interesados en el proceso de “reconstrucción de la calidad”. Quieren defender el prestigio y la calidad de sus salames, así como evitar la usurpación de su nombre y la “falta de calidad”, que se da muchas veces en salames producidos en la Colonia que no respetan la tipicidad y ponen en riesgo el patrimonio común.

Como ventaja se destaca que el grupo de productores involucrados está comprometido con el proyecto y con la preservación de la calidad y tipicidad de sus salames. El inconveniente es que aún falta que se integren el resto de los productores, que hasta ahora han tenido una actitud pasiva como meros observadores del proceso.

En cuanto a la promoción, se distribuyó el folleto de presentación de la IG Salame de Colonia Caroya entre los productores que integran el grupo promotor y en los puestos institucionales en ferias, fiestas populares y festivales. Este folleto, que se presenta a continuación, contribuyó a reforzar el sentimiento de pertenencia de los productores alrededor de la IG para un producto de calidad.

Folleto informativo sobre el salame de Colonia Caroya



IV. Enseñanzas aprendidas

4.1 Sobre el caso

El caso del salame de Colonia Caroya permite ilustrar situaciones de la realidad que hay que enfrentar en procesos de este tipo:

- La incidencia de los cambios en los procesos derivados de la adaptación a los mismos de diversos elementos en los que se mezclan: cambio tecnológico, aumento de rendimientos, disminución de costos y respuestas a presiones derivadas de la vinculación con mercados más dinámicos, que generan dificultades para definir especificidades del producto con relación al territorio, tales como:

- ✓ El reemplazo, en buena parte de la producción, de la carne de cerdo y vacuno proveniente de crianzas familiares por carne de frigoríficos situados en otras provincias del país.
- ✓ La utilización, en la etapa de maduración, de equipos para el enfriamiento del aire en los sótanos y el mantenimiento de la temperatura en unas condiciones estables que permitan la producción durante todo el año, haciendo frente a las variaciones climáticas que se presentan en los diferentes períodos.
- La dificultad en encontrar uniformidad de criterios e indicadores para lograr acuerdos en el pliego de condiciones, al encontrar cierta variabilidad en algunas especificaciones del proceso y del producto (tiempo de maduración, número de aros de hilo, diámetro y longitud del atado, y grosor de los dados del tocino).

En cuanto a la calificación y la definición de reglas, el reto consiste en evitar la generación y la ampliación de una brecha con las unidades productoras cuyos productos han sido evaluados con calificaciones bajas y considerados no típicos. Una de las expectativas asociadas a la implementación de una IG es que el acceso a su utilización constituya un estímulo para que este tipo de productores mejore la calidad y logre la tipicidad en sus productos. Por otra parte, los productores temen que, con la distinción de IG, puedan hacerse más visibles para las autoridades sanitarias provinciales y nacionales y ante los organismos de control fiscal. Además, el cumplimiento del pliego de condiciones y la aplicación del reglamento implica que algunos productores se tengan que autoimponer reglas en aspectos como la limitación del volumen de producción (determinado por el espacio de cada sótano) y la ampliación del período de maduración.

4.2 Sobre la metodología de desarrollo de una IG

La metodología hace posible establecer diferencias de intereses entre los miembros de un grupo (venta local frente a venta ampliada, mayor productividad frente a mantenimiento de saberes locales, mayores ingresos frente a valorización y reconocimiento, etc.), lo que explica sus diferentes posiciones (adaptación de nuevas tecnologías frente a preservación de conocimientos tradicionales) y, al mismo tiempo, facilita la llegada a acuerdos entre las partes, sin que necesariamente se eviten tensiones.

La elaboración consensuada del pliego de condiciones mediante un proceso participativo genera el desarrollo y la consolidación de un tejido institucional, como lo evidencia el hecho de que el grupo promotor de la IG se haya transformado en un comité con una proyección de más alcance, orientada a promover, proteger y difundir la calidad del producto que demuestra tipicidad y formar parte de un patrimonio común.

En el desarrollo de la fase de remuneración se podrá verificar el impacto en los productores que accedan al sello, si se ha logrado generar un mercado que valore la diferencia de los productos por su tipicidad y de qué manera se han conseguido resolver y superar las tensiones entre los diferentes tipos de productores de la Colonia y por la utilización del nombre.

Así mismo, el caso corrobora la importancia de contar con un marco institucional y entidades que presten servicios de apoyo en los ámbitos nacional y local, en aspectos relacionados con la normatividad, la investigación-innovación, la asistencia técnica y una adecuada articulación entre las instancias nacionales y las provinciales. La base técnica especializada de los servicios de apoyo del INTA, junto con su presencia y posicionamiento institucional en el territorio, permitieron llevar a cabo, sostener y proyectar un trabajo con conceptos claros, instrumentos metodológicos sólidos y una adecuada coordinación interinstitucional.

Por último, el análisis del caso confirma que es preciso visualizar estos procesos con una perspectiva a mediano plazo, que requiere una planificación adecuada y la identificación clara de metas intermedias que mantengan vivo el interés de los actores que participan.



Avenida General San Martín, Colonia Caroya (Foto: Website)

CASO 2. EL GUARANÁ DE MAUÉS, BRASIL

Con la contribución de:
Geraldo Mosimann da Silva,
Consultor de la FAO.

I. Contexto del caso

1.1 Marco institucional

En Brasil, las marcas colectivas y las indicaciones geográficas están definidas en la Ley 9.279 (de 14 de mayo de 1996), que establece los derechos y obligaciones relativos a la Propiedad Industrial. En esta ley, el título IV –De las indicaciones geográficas– regula la indicación de procedencia (IP) y la denominación de origen (DO). El organismo de apoyo, con competencias legislativas y administrativas, es el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI), que efectúa el procedimiento de registro y lo otorga. El INPI considera que los productos agropecuarios, los productos artesanales y los servicios pueden obtener indicaciones geográficas.

Porsu parte, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA), cuenta con una oficina específica para gestionar estos temas, la “Coordinación de Incentivos para la Indicación Geográfica de Productos Agropecuarios”, que es la instancia superior y central que se ocupa de la planificación, el fomento, la coordinación, la supervisión y el control de las actividades, los programas y las acciones relativos a las IG de los productos agropecuarios. También corresponde al MAPA brindar apoyo técnico a los procesos de concesión, mantenimiento, cancelación o anulación de los certificados de IG de productos agropecuarios.

El MAPA trabaja especialmente para divulgar la cultura de la IG en el medio rural y entre los consumidores, capacitar a los actores, formalizar convenios y apoyar a las organizaciones de productores dentro de un marco de desarrollo sostenible de los territorios, a través de la adición de valor de los productos, resaltando las diferencias y la identidad cultural propia, organizando las cadenas productivas y tratando de asegurar la inocuidad y la calidad de los productos agropecuarios.

Mediante el Diagnóstico nacional de posibles indicaciones geográficas en Brasil, realizado en 2006 por los Fiscales Federales Agropecuarios de los Estados, se identificaron unos 122 productos susceptibles de ser amparados por alguna marca de calidad, sobre la base de criterios de importancia social, cultural y económica para sus regiones, así como por su posibilidad de cumplir con los requisitos específicos para lograr su protección con una IG. El mapa se actualiza periódicamente a medida que se van identificando nuevos productos. Otras instituciones que realizan actividades relacionadas con las IP y las DO son las siguientes:

- el Ministerio de Desarrollo Agrario, que realiza actividades relativas al desarrollo productivo de los pequeños productores y de la agricultura familiar;
- el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE), que lleva adelante varias actividades en distintos Estados para la valorización de productos no sólo agropecuarios. Ha realizado llamadas a concursos nacionales de proyectos relativos a la indicación geográfica, con aportes financieros para los seleccionados como la harina de mandioca, la cachaça, el guaraná, el café, las ostras, el queso coalho y artesanías;
- la Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria (EMPRABA) que trabaja en la delimitación geográfica y en investigaciones sobre productos con IG;
- varias universidades que realizan investigaciones con productos regionales;
- Secretarías Estatales que desarrollan actividades específicas en sus territorios;
- Institutos de Investigación de distintos Estados, como el de Santa Catarina (Empresa de Investigación Agropecuaria y Extensión Rural de Santa Catarina –EPAGRI–);
- la Empresa de Asistencia Técnica y Extensión Rural (EMATER), que realiza actividades en algunos Estados;
- el Instituto Nacional de Meteorología, Calidad y Tecnología (INMETRO) que se encarga de la acreditación de las empresas certificadoras.

Respecto de la ley sobre propiedad industrial existe, entre otros aspectos relevantes, una demanda por mejorar el actual cuadro jurídico relativo a las indicaciones geográficas en relación a los procedimientos, el control y el uso adecuado del registro y de la etiqueta. Además, está en revisión la modificación del artículo 176, que utiliza el término IP, cuando se refiere realmente a IG.

La actualización del INPI, al 15 de octubre del 2013, indica que hay un total de 45 IG aprobadas, de las cuales 30 son IP y 7 son DO de productos de Brasil, y 8 son DO de otros países inscritas en Brasil. A continuación, se presentan las 14 indicaciones geográficas de productos alimenticios nacionales aprobadas en Brasil.

Producto	Nombre geográfico	Tipo de IG	Nº de IG	Fecha	Logo
Café	Região do Cerrado Mineiro	IP	IG 990001	14/04/05	No tiene
Carne bovina y sus derivados	Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	IP	IG 200501	12/12/06	
Mangos y uva de mesa	Vale do Submédio São Francisco	IP	IG 200701	07/07/09	
Café	Regiões dos Cafés da Serra da Mantiqueira do Estado de Minas Gerais	IP	IG 200704	31/05/11	
Café	Norte Pionero de Paraná	IP	IG 200903	20/05/12	
Café	Alta Mogiana	IP	IG 200703	17/09/13	
Queso	Serro	IP	IG 201001	13/12/11	
Queso	Canastra	IP	IG 2011002	13/03/12	No tiene
Dulces finos tradicionales y de confitería	Pelotas	IP	IG 200901	30/08/11	
Arroz	Litoral Norte Gaúcho	DO	IG 200801	24/08/10	
Camarones	Costa Negra	DO	IG 200907	16/08/11	
Cacao en almendra	Linhares	IP	IG 200909	31/07/12	
Bizcochos	Sao Tiago	IP	IG 201104	05/02/13	
Melón	Mossoro	IP	IG 201108	17/09/13	

(Para más información, sírvase consultar:

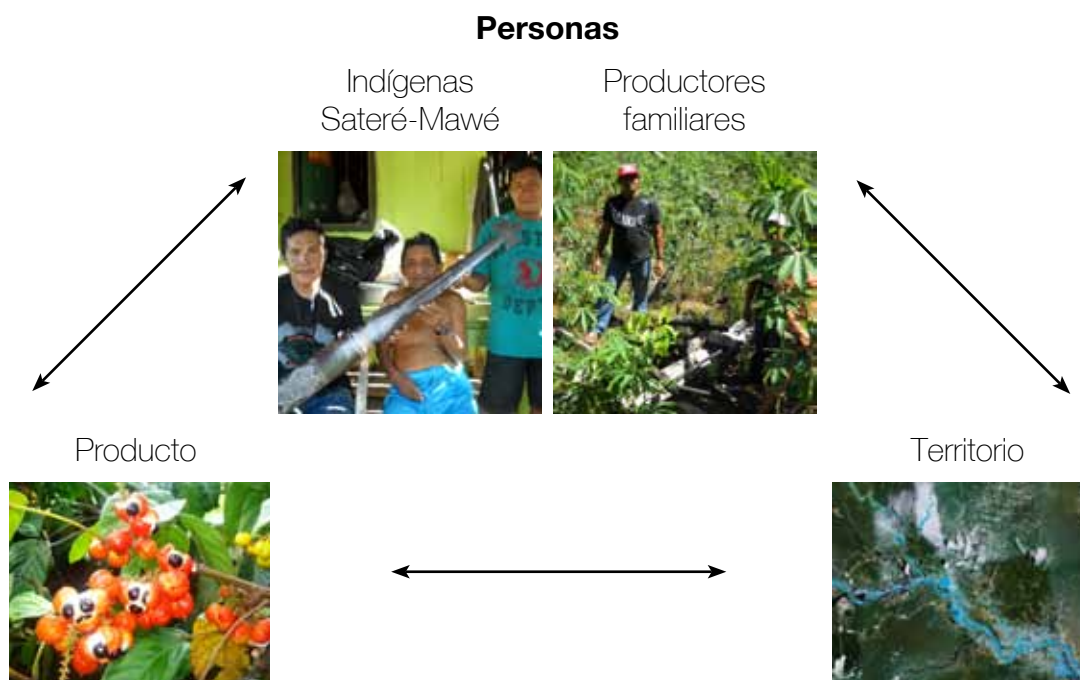
http://www.inpi.gov.br/images/docs/indicacoes_geograficas_15_10_2013.pdf)

1.2 Por qué se ha elegido el caso piloto del guaraná de Maués

Como parte del proyecto de la FAO “Calidad de los alimentos vinculada con el origen y las tradiciones en América Latina” durante 2011 se trabajó en el caso, o más bien “los casos” del guaraná de Maués, siguiendo la propuesta del MAPA –contraparte nacional oficial de este proyecto–, con el fin de **fortalecer** un grupo de **coordinación** entre entes nacionales y locales y los productores involucrados, definir la mejor estrategia de reconocimiento del (los) guaraná(s) y **facilitar** el proceso de obtención del **reconocimiento del tipo IG** para los productos que adoptan dicho nombre.

De hecho, el caso del guaraná correspondía a dos iniciativas en proceso que se habían originado de modo diferente:

- Por una parte, en el período comprendido entre 2004 y 2007, el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE) y otros asociados desarrollaron el Proyecto del Guaraná de Maués y sus derivados, cuyo objetivo general era ampliar el mercado del producto e incrementar su competitividad con el fin de dar sostenibilidad a los micro empresarios de la zona, que eran agricultores familiares. Al completar esta etapa, un grupo de trabajo formado por representantes del MAPA, la Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria (EMBRAPA), la Secretaría Municipal de Producción y Orientación Rural de Maués, la Superintendencia de la Zona Franca de Manaus (SUFRAMA) y el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE/AM) desarrolló un proyecto relativo a la Indicación Geográfica, con recursos del SEBRAE nacional y del MAPA por valor de 344 000 reales brasileños (BRL) (148 350 USD, al tipo de cambio de noviembre de 2013), cuya ejecución estaba prevista al momento del proyecto de la FAO.
- Por otra parte, en la misma región de Maués, los indígenas Sateré-Mawé, con el apoyo de la organización no gubernamental (ONG) Slow Food, desde el año 2000 han adoptado en su territorio medidas para valorar su guaraná y estaban a punto de solicitar su registro de IG del tipo DO. Desde 2003, disponen de un Protocolo de producción del pan de Guaraná que, aunque se refiere específicamente al bastón del fruto, sirve de base para la producción del polvo extraído de éste. No obstante, es preciso realizar ajustes a dicho Protocolo para que pueda integrarse en el proceso de solicitud de una IG frente al INPI. Además, este grupo está más adelantado y también ha realizado una serie de seminarios internos dirigidos a informarse y a examinar la conceptualización y la legislación relacionadas con una solicitud de IG. Aun así, existen entre los productores diferentes grados de comprensión sobre los conceptos de IG y de los procedimientos para su solicitud.



Fuente y fotos: Mosimann da Silva G., Presentación en el Segundo Taller Regional, TCP/RLA/3211, Lima (noviembre de 2011).

Esto hace que el caso se refiera principalmente a la fase de identificación del círculo virtuoso de la calidad, en lo que concierne a definir la mejor estrategia para la solicitud y el registro de la(s) IG “guaraná de Maués” (de los agricultores y de los Sateré-Mawé), basándose en estudios de los procesos de producción, características del producto y comercialización, de modo comparativo; y, en menor medida, a la fase de calificación en lo que corresponde a la coordinación entre agentes públicos y entre éstos con los privados y al apoyo a la complementación de los componentes de la solicitud de la DO en el caso del guaraná de los Sateré-Mawé.

II. Caracterización del guaraná de Maués

2.1 El producto, su territorio y su mercado

2.1.1 El guaraná de Maués

Paullinia cupana L. var. *sorbilis* es una liana nativa del Amazonas, domesticada por los ancestros indígenas Sateré-Mawé¹ en el área comprendida entre el curso bajo de los ríos Tapajós y Madeira, en la región del Medio Amazonas. El nombre popular, “guaraná” deriva de la familia lingüística

¹ Actualmente, la demarcación oficial del área de los indígenas Sateré-Mawé se circunscribe a la Tierra indígena Andirá-Marau, que incluye parte del territorio de los municipios de Maués, Barreirinha y Parintins, en Amazonas, e Itaituba y Aveiro, en Pará.

Tupi. Los Sateré-Mawé, que consideran la planta sagrada, usan la palabra waraná, que significa “el inicio de todo el conocimiento” (Slow Food, 2011). En general, el guaraná contiene más cafeína que cualquier otra planta en el mundo, y sus niveles varían entre 2,0 % y 7,5 % (Beck, 2005), por lo que son superiores a los del café (entre 1 % y 2,5 %), la yerba-mate (1 %) y el cacao (entre 0,4 % y 0,7 %).

Desde la colonia y hasta la década de 1970, la región norte del Amazonas, más específicamente el municipio de Maués, concentraba toda la producción de guaraná en Brasil. El guaraná de Maués tiene, por lo tanto, una larga reputación: la primera descripción del uso del guaraná es de 1669, cuando el misionario jesuita João Felipe Betendorf relató que los indígenas tenían preferencia por una bebida que poseía efectos estimulantes. Él notó que la bebida tenía propiedades diuréticas y muchos afirmaban su eficacia contra los dolores de cabeza, fiebres y calambres (Henman, 1982). Su uso se extendió durante el tiempo colonial, siendo comercializado como fortificante, estimulante, tónico y afrodisíaco; y también contra fiebres y malaria, como preventivo de la arteriosclerosis y para tratar jaquecas.

El guaraná tiene gran importancia en la economía de la provincia de Amazonas. Hoy en día, más de 500 familias de indígenas Sateré-Mawé, que viven en la Tierra Indígena Andirá-Marau y ocupan parcelas de cinco municipios, se dedican a la producción en Maués. En la región no existen prácticamente oportunidades de empleo no agrícola. El municipio de Maués está dividido en 12 polos que abarcan 166 comunidades y acogen a unos 2 000 productores familiares, en un área de aproximadamente 4 700 hectáreas de plantaciones, que producen cerca de 300 toneladas de semillas secas al año. Entre 2006 y 2010, se produjo en la región una media de 566,2 toneladas de semillas secas por año, lo que equivale a una productividad media de apenas 168,3 kg por hectárea (debido al abandono de antiguos guaranazales a consecuencia de los bajos precios, las deficiencias en el manejo del cultivo y la incidencia generalizada de enfermedades, principalmente la antracnosis).

En 2001, el producto de los Sateré-Mawé obtuvo el certificado de Forest Garden Products Inspection & Certification Ltd. (Inspección y Certificación de Productos de Jardines Forestales) (FGP)², y se distribuye exclusivamente por empresas comprometidas con el comercio justo y solidario, principalmente en Francia e Italia. Para viabilizar el acceso a otros nichos de mercado específicos, como el orgánico, el Consorcio de los Productores Sateré Mawé está realizando ajustes en su sistema de certificación. El hecho de que la producción y el procesamiento estén institucionalmente organizados permite un mayor control de la calidad y una posibilidad de ampliar el acceso a los mercados donde ya se comercializa.

² El certificado FGP tiene como objetivo valorizar prácticas que promuevan la diversidad biológica en sistemas de producción, que respeten condiciones sociales, económicas y culturales adecuadas.

Gráfico. Polos de producción de guaraná en el municipio de Maués.



Fuente: Intendencia Municipal de Maués.

El guaraná de los Sataré-Mawé tiene una importante reputación entre los indígenas, en la población brasileña en general y en el exterior. Para la comunidad local tiene un valor cultural y religioso, ya que ellos se consideran “hijos del guaraná” y su proceso productivo responde a un saber hacer tradicional. Desde hace más de 20 años se celebra la tradicional Fiesta del Guaraná en Maués, con presentaciones culturales y artísticas sobre cómo surgió la leyenda del guaraná y demostraciones del proceso de cultivo, la cosecha, el tratamiento postcosecha y el consumo. La EMBRAPA del Amazonas Occidental mantiene un campo experimental para investigaciones en el municipio de Maués.

2.1.2 Los “otros guaraná”

Paralelamente, la reputación del guaraná comenzó a crecer y, en la actualidad, sigue creciendo, ya que se considera un estimulante de las funciones fisiológicas y se utiliza como un ingrediente normal de las bebidas energéticas (con o sin la adición de otras frutas) en mercados populares en las calles de las ciudades de Amazonas y Pará (Smith y Atroch, 2007). En esa misma línea, en la década de 1970, se extendió el consumo de bebidas gaseosas a base de guaraná por América Latina (sobre todo en Bolivia), los Estados Unidos de América y en menor escala, en el Japón, Europa y África. Tales mercados, junto con la oferta de tecnología, ofrecieron grandes incentivos para que las industrias de bebidas establecieran sus propias plantaciones, ocupando incluso áreas que habían sido el centro de su origen en el Amazonas Central, a saber, Pará, Bahía y Mato Grosso. En esas provincias brasileñas, su cultivo se realiza mediante tecnología moderna y se obtienen mayores

rendimientos, aunque con una calidad diferente (Mosimann, G., 2011). En 2010, las 13 980 hectáreas cosechadas en Brasil produjeron un total de 3 739 toneladas de guaraná en rama³, cuyo valor bruto ascendió a 24 millones de BRL (10,7 millones de USD).

En general, el principal canal de comercialización del guaraná es como insumo para las industrias de bebidas, que absorben entre el 60 % y el 70 % de la producción. En la época de la cosecha, los productores familiares se dirigen a Maués y venden su producción a intermediarios o a las industrias de bebidas directamente. La producción de los demás municipios del Medio Amazonas se vende a intermediarios y a una Cooperativa de Productores, que se encuentra en el municipio de Urucará. Asimismo, el uso farmacéutico del guaraná se está extendiendo. La demanda del guaraná en bastón se restringe espacial y económicamente a Maués y Mato Grosso. Por su parte, el polvo de guaraná llega a los mercados de Manaus, del Centro-Sur del país y el mercado internacional. Del total de guaraná producido, un 90 % se destina al mercado interno, mientras que a nivel internacional se comercializa en nichos de mercado en Europa.

2.2 Actividades vinculadas al proyecto de la FAO: los guaranás de Maués y el proceso inicial para lograr una IG

El primer objetivo del proyecto fue definir el mejor modo de organizar o apoyar a los productores familiares y a los indígenas para obtener el registro de la IG o DO del guaraná de la región de Maués. Para ello, era necesario:

- Fortalecer las capacidades locales y realizar estudios comparativos (productos, procesos y mercados) entre los productos elaborados por los indígenas y por agricultores no indígenas, a fin de definir si existía una diferencia entre ellos y, sobre esa base, establecer la mejor estrategia para la calificación y el registro de una IG de sus productos.
- Analizar y comparar los dos productos, los procesos y los mercados para definir si se podían considerar dentro de una misma categoría o si se tenían que presentar como productos con características diferentes y solicitar quizás sellos distintos (IP/DO).

Además, la finalidad del proyecto de la FAO era prestar apoyo a un proceso de coordinación entre instituciones en los ámbitos nacional (MAPA, INPI, SEBRAE, la Fundación Nacional del Indio –FUNAI–), local (Secretaría Municipal de Producción y Orientación Rural de Maués, AM –SEPROR–, la Asociación de los Técnicos Agrícolas de Maués –ASTAMUS–), los productores indígenas (Consortio de los Productores Sateré-Mawé –CPSM–) y los productores no indígenas (Consortio de los Productores de Guaraná de Maués –COPAGUAM–)

³ Guaraná en rama es la expresión que identifica al producto comercial, representado por las semillas secas aún con cáscara, al que se hace alusión muchas veces simplemente como semillas tostadas.

(Mosimann G., 2011). El MAPA desempeñó un papel muy importante en la coordinación a nivel nacional a través de interacciones y reuniones con las otras instituciones.

Se llevaron a cabo las siguientes actividades con objeto de favorecer el proceso institucional y conocer y comparar los dos productos y sus sistemas de producción:

- Organización y realización de sesiones de capacitación en materia de IG para los agricultores familiares y los indígenas Sateré-Mawé (con la participación de técnicos del MAPA y el INPI y asociados locales), en las que se compararon conceptos y la implementación de la IG y las marcas colectivas, y se evaluó la situación relativa a la solicitud de los dos casos. Por otro lado, la capacitación de los productores familiares se llevó a cabo mediante presentaciones informativas y la revisión del estado de desarrollo de la elaboración de la propuesta para la solicitud de la IG.
- Elaboración y distribución de documentos técnicos relacionados con el análisis comparativo de los sistemas de producción y el procesamiento del guaraná aplicados por los agricultores familiares y por los indígenas, y estudios sobre la organización de la producción y su comercialización, con miras a su presentación al Grupo de Trabajo Interinstitucional.
- Organización y realización de un seminario final dirigido a un conjunto mayor de actores, para abordar cuestiones relacionadas con las IG y difundir la información recopilada al público local (Maués) donde se presentaron las sugerencias del Grupo de Trabajo Interinstitucional.



Sesión de trabajo con los agricultores familiares (Foto: Santana, K.)



Sesión de trabajo con los indígenas (Foto: Mosimann da Silva, G.)

De manera independiente, el Consorcio de Productores Sateré-Mawé estaba realizando una serie de seminarios internos con el propósito de informar y promover el debate sobre el concepto y la legislación relacionados con una solicitud de IG, dirigidos a un público compuesto por líderes (tuxauas), profesores y gestores de dicho Consorcio. Asimismo, se ha iniciado el trabajo de seguimiento interno del cumplimiento de la regulación de uso, y se está trabajando en el informe que debe acompañar a la solicitud de la IG y en la cartografía de los límites del área abarcada por la IG. Durante el segundo semestre de 2011, el proyecto del MAPA-FAO brindó apoyo a estas actividades internas, aunque sin participar directamente en las mismas.

III. Resultados

En el marco del proyecto de la FAO, se pueden distinguir los siguientes resultados de las actividades realizadas relacionadas con: a) el desarrollo de capacidades para desarrollar una IG, b) la definición de la estrategia que se ha de seguir con el trámite de la IG, c) la tipificación del producto, y d) el fortalecimiento institucional.

Las sesiones de capacitación propiciaron, facilitaron y permitieron que:

- Se creara un espacio para escuchar y comentar las perspectivas de los actores sociales involucrados en la cadena del guaraná.
- Se identificaran algunos liderazgos de personas que comprendieron los conceptos sobre la IG y los procedimientos para su solicitud. No obstante, para la mayor parte de los productores, el tema es nuevo aún y se mantienen muchas interrogantes entre ellos.
- Se evidenciaran diferentes percepciones respecto de la producción y la comercialización del guaraná de Maués. En general, los agricultores alegan que enfrentan dificultades por falta de crédito y de asistencia técnica.

- Los productores manifestaron su preferencia por capacitaciones realizadas en sus comunidades (organizados por polos de producción del municipio), pues cuando son organizados en la ciudad pocas personas pueden participar.
- Los técnicos expusieran sus percepciones relativas a que los productores no siguen las recomendaciones recibidas y se rehúsan a realizar cambios en sus sistemas de producción.
- Los facilitadores promovieran el reconocimiento de la existencia de distintos puntos de vista entre técnicos y productores y que, para superar estas diferencias, los productores y técnicos necesitan trabajar en conjunto, de modo constructivo.

Como resultado de los estudios comparativos de las dos realidades basados en sus características sociales, productivas y culturales, se llegó a la conclusión de que, si bien los productores familiares y los indígenas tenían un objetivo general en común –promover la calidad del guaraná de la región de Maués, protegiendo el producto contra adulteraciones, falsificaciones y la apropiación indebida–, los dos grupos tenían objetivos específicos completamente distintos. Los productores familiares ven el guaraná como una importante fuente de renta, que les puede ayudar en sus esfuerzos para mejorar la calidad de vida y fomentar el desarrollo rural, mientras que los Sateré-Mawé consideran que la planta es sagrada, y su cultivo y procesamiento tienen significados místicos (Monteiro, 1965; Pereira, 1954; Henman, 1982), por lo que lo trabajan como un producto comercial del mundo contemporáneo, pero inmerso en su cosmología.

Por lo que respecta a la tipificación del producto, la tipicidad y calidad específicas del guaraná de los Sateré-Mawé se debe a un conjunto de elementos determinantes relativos a la localización geográfica y su relación con características intrínsecas del producto, como la tecnología aplicada o el saber hacer, con sus etapas de cultivo y procesamiento, incluido el tipo de recurso genético, así como su larga historia, su presentación en bastón y su consumo que incluye un componente religioso.

Con relación a las estrategias que hay que seguir en la gestión de la IG, según el trabajo realizado, se puede inferir que los productores indígenas tienen un producto con mayor diferenciación y arraigo al territorio y la cultura que los productores no indígenas y, aunque hay espíritu de colaboración entre ambos grupos (los indígenas están dispuestos a capacitar a los no indígenas en el procesamiento del guaraná), el tipo de distinción al que se opta no sería el mismo en ambos casos. La conclusión, con base en las declaraciones de agentes sociales destacados y los estudios realizados, apunta de manera inequívoca a la solicitud de dos IG separadas: una DO para los indígenas y una IP para los productores familiares. Esta posición fue aprobada por los Grupos de Trabajo específicos formados por los interesados. Además, los productores de Sateré-Mawé concluyeron que ellos preferían trabajar para presentar directamente una solicitud de una IG y no obtener una marca colectiva.

Por lo que se refiere al desarrollo y el fortalecimiento institucional, se estableció un Grupo de Trabajo para realizar conjuntamente la evaluación de la mejor estrategia de solicitud e implementación de la IG. Para ello se definieron su composición y el modo de intercambiar información y se elaboró un calendario de reuniones técnicas y visitas sobre el terreno.



Puerto de la ciudad de Maués (Foto: Mosimann da Silva, G.)

IV. Enseñanzas aprendidas

4.1 Sobre el caso

Este caso ilustra una situación frecuente en la que un producto con características muy interesantes para los mercados internacionales se convierte en un producto “común” cultivado en grandes extensiones y obtenido con técnicas modernas, generando el riesgo de que la cultura, el saber hacer, y las características originales, desaparezcan, o por lo menos se desconozcan, a pesar de que ellas fueron la fuente de su reputación. Este problema se pone de relieve en este caso, en que participan indígenas que tienen un conocimiento ancestral sobre una planta del Amazonas, pero podrían perder ese capital, por lo que la IG se percibe como un modo de proteger el producto que forma parte de su cultura a través de su nombre “guaraná de los Sateré-Mawé”.

De hecho, la movilización y la fuerte motivación de los indígenas Sateré-Mawé para el registro de la IG del guaraná de Maués se explica por su voluntad de que sea reconocido como parte del patrimonio de esa comunidad y elemento central de su religión y cultura. El arraigo cultural del producto y la defensa de su identidad es un motor que ha impulsado la organización de los productores y la capacidad de gestión con el objetivo de buscar apoyos para su reconocimiento y canales de comercialización adecuados a su oferta.

Por otra parte, es muy interesante este caso piloto, en cuanto muestra la posibilidad de reconocer dos IG diferentes en territorios que tienen elementos en común (el guaraná de los Sateré-Mawé y de los agricultores familiares),

porque a pesar de que provienen de la misma materia prima, los productos finales tienen características diferentes por el saber hacer, el arraigo y la diferenciación de sus procesos.

Resulta también importante ver la función desempeñada por el MAPA para facilitar la coordinación institucional y recopilar información sobre los procesos locales a fin de determinar de modo participativo la mejor estrategia y facilitar el proceso de registro por el INPI. Se trata de un ejemplo de los diferentes tipos de apoyo que este Ministerio puede brindar para favorecer el desarrollo de IG sostenibles.

El caso ilustra la dificultad y el costo de lograr una gestión adecuada de una IG en territorios amplios, zonas remotas, con diferentes administraciones públicas y con grupos de productores dispersos y diversos. Al mismo tiempo, es una demostración del interés y la participación de las instituciones públicas en apoyar a este tipo de iniciativas.

4.2 Sobre la metodología de desarrollo de una IG

La aplicación de la metodología del círculo virtuoso de la calidad permite ayudar con la fase de identificación a resolver una situación donde existen varios procesos en marcha en una misma región, al facilitar el análisis de las características de ambos productos y procesos de producción-elaboración, así como de los mercados asociados, y propiciar el intercambio de información y la discusión sobre la mejor estrategia para todos los actores, reuniendo a agentes públicos y a grupos diferentes de productores. Asimismo, si todo ello se enmarca en procesos en marcha y con proyección, se puede lograr un desarrollo institucional que ayude a consolidar el capital social de los territorios, como se evidencia con el Grupo de Trabajo Interinstitucional.

La existencia de otro tipo de instituciones, relacionadas con los sectores agrícola e industrial, de investigación e innovación, de apoyo a grupos minoritarios y de otra índole, evidencia la importancia de este tejido institucional como condición indispensable para lograr el desarrollo y la gestión sólida de una IG.

CASO 3. EL MERKÉN, CHILE

Con la contribución de:
María Teresa Oyarzún,
Consultora de la FAO

I. Contexto del caso

1.1 Marco institucional

En Chile las IG están reguladas por la Ley de Propiedad Industrial N° 19.039¹, vigente desde el 26 de enero de 2007, en los artículos 92 y siguientes del título IX –De las indicaciones geográficas y denominaciones de origen–. El Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI), dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, es la entidad competente para recibir las solicitudes de registro y emitir la resolución final. Sin embargo, cuando se trata de solicitudes de IG y DO nacionales relativas a productos silvoagropecuarios y agroindustriales, la ley especifica que la solicitud de registro debe ser evaluada por el Ministerio de Agricultura a través de su Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), quien debe emitir un informe respecto del cumplimiento de las exigencias de la ley. Este informe tiene carácter vinculante para la decisión final del INAPI.

El INAPI indica en su sitio web² que los requisitos más importantes para optar a una IG o DO son los siguientes:

- la elaboración de una descripción detallada del producto (o los productos) que identificará la indicación o denominación que se solicita y, sobre todo, las características o cualidades esenciales que tiene(n);
- un estudio técnico, elaborado por un profesional competente, que exponga todos los antecedentes que permiten fundamentar que las características o cualidades que se le atribuyen al producto (o los productos) se derivan fundamental o exclusivamente de su origen geográfico, y
- un reglamento para la utilización y el control de la indicación o denominación que se solicita.

Con respecto a la representatividad para presentar una solicitud de reconocimiento del tipo IG o DO, lo puede hacer cualquier persona,

¹ Cabe mencionar que, además de las IG y DO, la Ley N° 19.039 y su reglamento contemplan las Marcas Colectivas y de Certificación. Todas estas herramientas propuestas por el Estado tienen como objeto impulsar la preservación y el estímulo de formas particulares de elaboración y/o producción tradicionales, potenciando a su vez la unión en las comunidades territoriales de origen y el desarrollo económico de los pequeños productores de todo el país. (<http://sellodeorigen.newtenberg.com/611/w3-article-2961.html>)

² <http://www.inapi.cl/portal/orientacion/602/w3-article-1793.html>

natural o jurídica, siempre y cuando represente a un número significativo de productores, fabricantes o artesanos, cuyas unidades productivas se encuentren dentro de la zona de delimitación geográfica de la indicación o denominación respectiva. Por otra parte, también la puede solicitar una autoridad nacional, regional, provincial o comunal, siempre y cuando la indicación o denominación solicitada se encuentre ubicada geográficamente dentro de los territorios de sus respectivas competencias.

Cuadro: Productos alimenticios con un registro de IG o DO aprobado hasta junio de 2013

Producto	N° de registro	Descripción
<p>Limón de Pica, IG</p> 	<p>N° 883736. 13-05-2010</p> <p>Titular: Cooperativa Agrícola de Pica Ltda.</p>	<p>Limón que se produce en el Oasis de Pica ubicado en la Pampa del Tamarugal de la región de Tarapacá de Chile, el cual se diferencia de sus similares principalmente por su mayor aroma, determinado por su alto contenido de limonero, así como por su abundante jugo.</p>
<p>Langosta de Juan Fernández, IG</p> 	<p>N° 943599. 22-12-2011</p> <p>Titular: I Municipalidad de Juan Fernández de la Isla Robinson Crusoe en el archipiélago Juan Fernández</p>	<p>Si bien el nombre de este crustáceo está íntimamente ligado al archipiélago Juan Fernández (conformado por las islas Robinson Crusoe, Alejandro Selkirk y Santa Clara y ubicado frente a las costas de la región de Valparaíso), también se puede encontrar en las Islas Desventuradas (San Félix y San Ambrosio, a la altura de la región de Atacama).</p>
<p>Atún de la Isla de Pascua, IG</p> 	<p>N° 972373. 15-11-2012</p> <p>Titular: Ilustre Municipalidad de la Isla de Pascua</p>	<p>En el entorno único de la Isla de Pascua vive el atún de aleta amarilla (Thunnus albacares (Bonnaterre)), más conocido como atún de Isla de Pascua, una especie oceánica epipelágica que tiene un sabor y una consistencia de carne distintas debido a la temperatura y la calidad del agua de esa zona, así como a una dieta especial compuesta en un alto porcentaje por la fauna endémica de la isla, lo que permite que posea un valor agregado y comercial mayor.</p>

<p>Cangrejo dorado de Juan Fernández, IG</p> 	<p>Nº 1002898.</p> <p>02-04-2013</p> <p>Titular: I Municipalidad de Juan Fernandez de la Isla Robinson Crusoe en el archipiélago Juan Fernández</p>	<p>El cangrejo dorado (también conocido como Chaceon chilensis), es un crustáceo endémico del archipiélago Juan Fernández y de las islas Desventuradas (San Félix y San Ambrosio), no existe en otro lugar del planeta. Su alimentación es principalmente carnívora y detritívora, a base de peces de la zona, como el jurel de Juan Fernández, la vidriola, la sierra, el graniento y la anguila o morena.</p>
<p>Sal de Cahuil - Boyeruca Lo Valdivia, DO</p> 	<p>Nº 1010767.</p> <p>17-05-2013</p> <p>Titular: Sal de Mar y Turismo Pacifico Central SpA</p>	<p>Las salinas de Cahuil y Boyeruca se ubican entre la costa sur de la región de O'Higgins y la costa norte de la región del Maule. Se presume que su explotación data desde la época prehispánica, desde entonces han desarrollado una trayectoria de larga duración que es paralela a la propia historia de Chile, constituyéndose en un patrimonio que abarca aspectos sociales, económicos y mineros</p>

Fuente: <http://sellodeorigen.newtenberg.com/611/w3-propertyvalue-4580.html>. 20 de junio de 2013; García MJ., Subdirectora de Transferencia de Conocimiento del INAPI, comunicación electrónica del 25 de junio de 2013.

A mediados de 2012, el Estado presentó el Programa Sello de Origen, iniciativa conjunta del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, el INAPI y la Subsecretaría de Desarrollo Regional (SUBDERE), con el propósito de impulsar el emprendimiento y el desarrollo productivo de las comunidades y de fomentar la utilización y la protección de productos chilenos a través del registro de IG³, DO⁴, Marcas Colectivas y de Certificación. (Ref. Documento del Programa Sello de Origen del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2012).

³ Identificación de un producto como originario del país, región o localidad del territorio nacional siempre y cuando su calidad, reputación u otra característica del mismo se deba fundamentalmente a su origen geográfico.

⁴ Identificación de un producto como originario del país, región o localidad del territorio nacional siempre y cuando su calidad, reputación u otra característica del mismo se deba fundamentalmente a su origen geográfico y también a otros factores naturales y humanos.

Este programa promueve la utilización de un sello, de uso voluntario, para los productos que logren uno de los tipos de distinción mencionados anteriormente.

<http://www.sellodeorigen.cl/>



Así mismo, en el caso específico de una IG o DO, el sello propuesto es el siguiente:



El trabajo de este Programa se inició estableciendo comités regionales multisectoriales en cada región del país con el fin de seleccionar productos con identidad regional en función de las siguientes variables: nivel asociativo, legitimidad regional, prácticas productivas locales, externalidades positivas, proyección económica productiva, así como ambiente social y natural. Con el objetivo de apoyar la presentación de solicitudes de registro, el Programa cuenta con un fondo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) de 20 000 USD por región, gracias al cual cada Gobierno Regional ha convocado una licitación para la elaboración de los estudios necesarios para completar la solicitud de registros de una de las cuatro distinciones promovidas por el Sello de Origen de los productos prioritarios según las variables mencionadas anteriormente. Con este impulso, el Gobierno Regional espera también que otros instrumentos del Estado apoyen la iniciativa, como los fondos del Servicio de Cooperación Técnica, la Corporación de Fomento de la Producción, el Instituto de Desarrollo Agropecuario, entre otros. (Ref: García MJ. del INAPI y Grob P. del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, comunicación personal de 27 de junio de 2013).

Hasta junio de 2013, hay una serie de productos que han puesto en marcha el proceso de presentación de antecedentes para solicitar un registro del Sello de Origen. En el caso de los alimentos, los productos son los siguientes: el orégano de la precordillera de Putre y el maíz de Lluta de la región de Arica; el aceite de oliva extra virgen del Valle del Huasco de la región de Atacama; los dulces de La Ligua de la región de Valparaíso; el cordero chilote del Sur y la marca colectiva SIPAM⁵ de Chiloé, de la región de Los Lagos y el cordero magallánico de la región de Magallanes (véase el Anexo 2 para más información). Además, hay otros 56 productos seleccionados que han de ser estudiados, de los cuales aproximadamente un tercio son piedras y productos de artesanía. (Ref. Documento del Programa Sello de Origen del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2012).

⁵ Sistemas Ingeniosos de Patrimonio Agrícola Mundial.

1.2 Por qué se ha elegido el caso piloto del merkén

Como parte del proyecto de la FAO en Chile, en 2010 la ODEPA del Ministerio de Agricultura, contraparte nacional oficial del proyecto, seleccionó el caso piloto del merkén, condimento a base de ají deshidratado, ahumado y molido y vinculado a la cultura del pueblo indígena mapuche y a la zona centro-sur del país.

La ODEPA conocía el interés de un grupo de profesionales de la Universidad Católica de Temuco⁶ en apoyar a productores del merkén con miras a protegerlo mediante una IG o DO. El merkén parecía un caso piloto muy atractivo por varios motivos; en primer lugar, debido al **símbolo** que representa **para la población mapuche**, como un patrimonio cultural que hay que preservar y, en segundo lugar, por su **valor en el mercado**, que estaba generando problemas relacionados con la usurpación del nombre y la generalización del producto (evolución de las recetas y expansión de su producción a otras regiones manteniendo el mismo nombre). Además, se consideró oportuno utilizar la primera fase de la metodología de la FAO del círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen, Identificación, a fin de asegurar un proceso participativo que incluyera a toda la región dedicada a la producción y dar la posibilidad de apoyar a los pequeños agricultores.

Con este propósito, la FAO firmó una Carta de Acuerdo con la Universidad Católica de Temuco para el desarrollo de una serie de actividades durante 2011 destinadas a identificar a los productores del merkén y establecer acuerdos con ellos que sirvieran de base para continuar el trabajo hacia la postulación del merkén como un producto con reconocimiento oficial del tipo IG o DO. De este modo, las actividades realizadas se centraron en la fase de identificación, mediante una metodología participativa, primero para identificar a todos los posibles productores (y la respectiva zona de producción), y segundo para iniciar un proceso de movilización de los productores que demostraran interés en participar en el proceso de proteger y valorar su producto.

⁶ Los fondos restantes de los proyectos de la Universidad Católica de Temuco, con financiamiento del Fondo de Innovación Agraria (FIA), se destinaron a la implementación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y el logro de requisitos para obtener la resolución sanitaria. FIA-2009-0205-UCT (2010). Identificación y caracterización de la demanda por materias primas y posibles productos originados en sistemas productivos mapuche; FIA-ES-C-2005-3-A-143 (2006). Estudio de mercado nacional e internacional del ají – merkén.

II. Caracterización del merkén

2.1 El producto, su territorio y su mercado

El merkén es un condimento elaborado a base de ají ahumado y molido como ingrediente principal y vinculado a la cultura del pueblo mapuche y a la zona centro-sur de Chile, ya que se obtiene según una receta tradicional de este grupo étnico originario y por ello el imaginario colectivo lo relaciona con su área geográfica de procedencia, la Araucanía, en el sur de Chile. El merkén se diferencia de los ajíes en polvo genéricos por sus características organolépticas especiales (color, sabor y aroma) asociadas a su forma de elaboración (artesanal) y a sus ingredientes específicos (variedad del ají y los condimentos utilizados).



Ají recolectado y merkén



Producción de ají cacho de cabra



Merkén elaborado por una mujer mapuche

(Fotos: Gina Leonelli)

El territorio que abarca la producción del merkén es principalmente la IX Región de la Araucanía, el sur de la VIII Región del Bío-Bío y el norte de la IV Región de Los Ríos. Asimismo, aunque es un producto originario mapuche y en sus orígenes lo producía este grupo étnico sólo para el consumo familiar, hoy en día lo producen los mapuches, sus descendientes, que ya no son completamente mapuches y también personas no vinculadas a la etnia mapuche. La producción artesanal o semi-industrial sigue siendo predominante y la más valorada, no obstante, se venden también como merkén otros productos similares a la vista, pero que no responden a las

características esperadas del producto tradicional. Por ello, la idea de proteger este producto nace de su creciente demanda y al hecho de que el consumidor no puede evaluar fácilmente al momento de la compra si está adquiriendo un merkén auténtico.

El merkén se comercializa mayoritariamente a nivel nacional, gran parte a granel, sin estandarizar y sin resolución sanitaria. Según las cifras del informe del proyecto FIA-PI-T-2006-1-A-058 (2009), se comercializan alrededor de 470 kg anuales de manera formal sólo en la región de la Araucanía, que son producidos en la misma zona geográfica y por productores de la Agricultura Familiar Campesina. No se dispone de datos certeros del comercio informal llevado a cabo por los propios productores del merkén, pero según los estudios locales y el bajo número de productores que inician actividades, se calcula que la producción informal supera los 5 000 kg anuales.

En los últimos diez años, la cadena de comercialización del merkén ha pasado de ser pequeños locales comerciales o amas de casa en poblados y mercados de ciudades del sur del país a tiendas “gourmet” de productos de la capital y de las capitales regionales del sur del país. Asimismo, hay una gran demanda del producto por parte de restaurantes y hoteles que lo incorporan en platos refinados que ofrecen a sus huéspedes, principalmente extranjeros. Por otra parte, la industria de alimentos lo utiliza también como ingrediente en algunas preparaciones.

2.2 Actividades vinculadas al proyecto de la FAO: el merkén y el proceso inicial para lograr una IG⁷

Es importante indicar que en el caso del merkén, la idea de proteger el producto mediante una IG o DO se trata de una iniciativa externa a los productores del merkén, ya que estos últimos no conocen el instrumento ni su alcance. En estos casos, la fase de identificación, se inicia identificando a los productores, informándoles sobre la posibilidad de proteger su producto mediante una IG (por lo menos la mayor parte, lo que asegura que la información se difunda) y el procedimiento para ello y prestando apoyo a los interesados para que continúen el proceso.

De esta manera, con los productores del merkén se trabajó de modo participativo a fin de que tomaran conciencia de las “posibilidades” de su producto vinculadas a los recursos locales específicos y construir así la IG o DO respaldada por una acción colectiva para valorar su producto. Cabe destacar que, en este trabajo, se hizo todo lo posible para que los mismos productores identificaran las características de su producto y el vínculo con el origen, con el propósito de fortalecer el proceso completo al validar cada paso con los productores del producto de interés, en este caso el merkén.

⁷ La fuente de información de este punto es el Informe final de la Consultora Nacional de Chile, MT. Oyarzún, TCP/RLA/3211 – Capítulo - Chile (2012).

En la práctica se llevaron a cabo las siguientes actividades con los productores del merkén:

- identificación de quiénes son y su ubicación geográfica
- talleres de difusión del significado de la IG o DO
- talleres de trabajo para la definición del merkén como producto que hay que proteger.

En primer lugar, se elaboró un registro de productores con objeto de identificar los nombres y la ubicación geográfica de todos los productores de merkén y los productores de ají cacho de cabra que se utiliza en su elaboración, en la zona centro-sur del país. En segundo lugar, gracias al apoyo de las municipalidades y de los encargados de extensión agrícola de las regiones Bío-Bío (VIII), la Araucanía (IX), y Los Ríos (XIV), el equipo de la Universidad Católica de Temuco realizó el trabajo sobre el terreno necesario para completar este registro o catastro, con el propósito de convocarlos a las actividades diseñadas para analizar las posibilidades del merkén como producto que se puede proteger mediante una IG o DO.

Para facilitar la asistencia de los productores a las actividades previstas, se programaron y organizaron seis talleres paralelos de difusión y de capacitación, respectivamente, en las comunas⁸ más representativas de la producción del merkén y que abarcaban toda el área geográfica de producción, de conformidad con el número y la ubicación de los productores identificados en el catastro.

Dado que en Chile el instrumento de las IG y DO era nuevo y estaba muy poco difundido, fue necesario comenzar por invitar a los productores registrados a los Talleres de difusión de los conceptos de IG y DO. El objetivo de estos talleres era capacitar a los productores en temas asociados al origen, las tradiciones y el saber hacer de productos alimenticios que poseen una calidad específica vinculada al origen. Se llevaron a cabo los seis talleres previstos en los que participaron un total de 97 productores, es decir, un 53 % del total convocado. Como resultado de esta etapa, los productores quedaron estimulados y comprometidos para seguir con este trabajo.

⁸ **Taller de Temuco:** punto central geográfico y fácilmente accesible para convocar a los productores de Lautaro, Victoria, Perquenco, Padre Las Casas, Carahue, Cholchol, Nueva Imperial, Puerto Saavedra, Nueva Toltén, Cunco y Vilcún.

Taller de Villarrica: punto central para convocar a los productores de las comunas de Pucón, Gorbea, Loncoche e integrar a los productores de las regiones de Los Ríos y Los Lagos, dada la cercanía y las conexiones existentes.

Taller de Angol: se convocaron a los productores de la zona aledaña a la villa Coyanco, dada las distancias que deben recorrer los productores caminando alrededor de dos horas, sin otra posibilidad de movilización.

Taller de Los Sauces: se invitó a productores de Los Sauces, Lumaco, Purén, Renaico, Traiguén, Collipulli y de sectores aledaños a la ciudad de Angol.

Taller de Santa Juana: se convocó a los productores de las comunas de Nacimiento, Yumbel, Los Ángeles y Pemuco, debido a la cercanía entre las comunas catastradas y las conexiones existentes para acceder a Santa Juana.

Taller de Cañete: ciudad donde se convocaron a los productores de Tirúa, Contulmo y Cañete.

Con respecto al tema de estos talleres, se inició con presentaciones de los conceptos que dieron lugar a trabajos en grupo participativos para dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Cuáles son las características de su merkén?; ¿En qué se diferencia su merkén de otros que se venden en el mercado?; ¿A qué relaciona la calidad de su merkén?; ¿Quiénes participan en el proceso de producción de su merkén? Estas preguntas se sacaron de la herramienta en línea de la FAO sobre la identificación de las posibilidades del producto de IG⁹, y se adaptaron a la realidad del merkén.

A continuación, se realizaron Talleres de capacitación y de establecimiento de acuerdos sobre el merkén que había que proteger con el objetivo de profundizar los conceptos de IG y DO, llevar a cabo un análisis participativo y establecer acuerdos sobre las características del merkén que había que proteger mediante una IG o DO. Estos talleres se efectuaron con la misma distribución de los anteriores, y en ellos participaron un total de 104 personas, lo que equivale al 53% del total convocado. Se comenzó reforzando la parte conceptual de las IGC. Posteriormente, se orientó el análisis del merkén a través de preguntas relativas a la dimensión histórica, la vinculación con la tierra, la dimensión humana y los recursos naturales locales. Se trabajó en grupos y se realizaron presentaciones plenarias, para así llegar a acuerdos a nivel de cada taller.

El Programa del Taller de capacitación se inicia explicando el objetivo del taller. Posteriormente, se repasan los conceptos sobre IG y DO desarrollados en el Taller de difusión y se realiza el trabajo en grupos de acuerdo a la guía de preguntas sobre los antecedentes del proceso productivo, la vinculación con la tierra y la dimensión humana y con los recursos naturales locales, que promueven la discusión sobre el merkén y su dimensión histórica. En el Anexo 3 se pueden consultar todas las preguntas que orientaron la discusión.

Cabe destacar que tanto los talleres de difusión como los de capacitación tuvieron una duración de una jornada, por la mañana, debido a la escasa disponibilidad de tiempo de los productores para este tipo de actividades.

Para lograr el consenso de los productores de toda el área geográfica identificada como productora del merkén, se desarrolló un taller final de consenso sobre el merkén que hay que proteger en el que participaron 81 productores (el 62 % del total convocado). Este taller se realizó en la Universidad Católica de Temuco y se facilitó el traslado de los productores que habían participado en los talleres previos. El propósito de este taller final fue revisar los acuerdos relativos al merkén que había de protegerse, que se habían trabajado en los seis talleres de capacitación anteriores, para establecer así un acuerdo representativo de los productores de toda el área geográfica estudiada donde se produce el merkén (sur de la región del Bío-Bío, toda la región de la Araucanía y norte de la región de Los Ríos). De este modo, se validaron los acuerdos de los talleres parciales y se revisaron nuevamente todas las preguntas, a fin de asegurar un consenso que represente a los productores de toda el área geográfica donde se produce el merkén.

⁹ Véanse la metodología y la herramienta en línea en: www.foodquality-origin.org/webtool/es

III.RESULTADOS

3.1 Catastro de los productores de merkén y de ají para elaborar el merkén

Respecto de la identificación y la ubicación de los productores de merkén y de productores de ají para elaborar merkén, se observó que de un total de 175 productores de merkén identificados, el 70 % están en la IX Región de la Araucanía, el 24 % en la VIII Región del Bío-Bío y un 6 % en la Región de Los Ríos. En cuanto a los productores de ají para elaborar el merkén, se identificaron sólo 41 productores, de los cuales un 93 % se encuentra en la región de la Araucanía y un 7 % en la región del Bío-Bío.

Un análisis más detallado de las regiones muestra que en la VIII Región del Bío-Bío formada por un total de 54 comunas sólo en ocho de ellas se encontraron 42 productores de merkén, ubicados la mayoría en el sur, el centro y el oeste de la región, (sobre todo en las comunas de Sta. Juana y Nacimiento). Por lo que se refiere a la producción de ají en esta región, sólo se encontraron tres productores en las dos comunas, más al sudoeste (Contulmo y Tirúa).

En la IX Región de la Araucanía formada por un total de 32 comunas, se identificaron 122 productores de merkén en 18 de ellas. Respecto de la producción de ají en esta región, el total es de 38 productores muy dispersos ubicados en 12 comunas.

En el área geográfica que abarca las regiones de Los Ríos y de Los Lagos, el número de productores de merkén identificados es muy bajo, en total 11 personas, nueve de ellas en las tres comunas más al norte de la región de los Ríos, es decir, colindantes con la región de la Araucanía.

Mapa de Chile con división regional



Fuente del gráfico: Villalobos B., Presentación en el Segundo Taller Regional, TCP/RLA/3211, que tuvo lugar en Lima en noviembre de 2011.

3.2 Difusión de las posibilidades que ofrece la IG a los productores

Este trabajo sirvió para que los productores se conocieran y hablaran sobre su producto. A continuación, se resumen los resultados del análisis del producto (merkén) y su relación con el territorio y las personas, con base en el trabajo sistematizado de los seis talleres.

En relación con el producto merkén y sus características, los productores se refirieron a la receta (ingredientes), al proceso de elaboración y también a la forma de cultivar y cosechar el ají. Según lo expresado en los distintos talleres, la variabilidad de la receta depende del tipo de ingrediente que se use y de su proporción en la mezcla. En el caso de la variación de los ingredientes, se refiere al tipo de ají utilizado, a la incorporación o no de semillas de cilantro y sal, o de algún otro ingrediente como ajo, orégano y comino. Por lo que respecta al proceso de elaboración del merkén la variación depende del tipo y el tiempo de tostado y ahumado, así como del tipo de molino utilizado para la molienda de los ingredientes, ya sea manual o eléctrico. En el proceso de elaboración del merkén en la región de la Araucanía se utiliza como materia prima principal el tipo de ají cacho de cabra, cultivado por los mismos productores del merkén. El ají se cosecha de forma escalonada, fruto por fruto, en donde se enristran y secan al humo en el fogón o en las cocinas de sus casas. El tostado se realiza en la callana o también en el horno de las cocinas a leña. La molienda del ají se lleva a cabo con un molino manual o eléctrico, al igual que las semillas de cilantro y sal previamente tostadas. Por último, se mezclan todos los ingredientes. En el caso de la región del Bío Bío, el proceso de elaboración del merkén contempla el uso de distintos tipo de ají. Se utilizan mezclados en la receta y ésta no incorpora sal ni semillas de cilantro, salvo en casos aislados o pedidos especiales. Al igual que la región de la Araucanía los productores de merkén también cultivan el ají, y su sistema de cosecha contempla el arranque de la mata completa con todos sus frutos y el secado se realiza al interior de la cocina en zarandas. En la región de los Ríos y Los Lagos, el proceso de producción del merkén es similar a la región de la Araucanía, sin embargo, el ají utilizado no es de producción propia en la mayoría de los casos y se abastecen de otras regiones, con diferentes tipos de ají presentes en el mercado.

Por lo que concierne a la tierra y los recursos específicos, los productores, en general, relacionan la calidad de su merkén con la producción propia del ají y la semilla utilizada para el cultivo, con la fertilización con abono orgánico producido en sus predios y con el tipo de suelo en donde cultivan el ají. También relacionan la calidad del merkén con la receta propia utilizada por cada uno de ellos y la preparación del producto “en su punto”. En la región de la Araucanía, se reconoce que el merkén es tradicional u originario de la cultura mapuche.

Por lo que respecta a las personas, en la producción del merkén participa el núcleo familiar y se resalta la participación de la mujer en todo el proceso. La preparación de la tierra para el cultivo la lleva a cabo principalmente el hombre y el resto de las labores se dividen entre los diferentes miembros de la familia. Se señala además que los equipos técnicos son un importante apoyo en el proceso del cultivo del ají y la producción del merkén para poder llegar con el producto al mercado.

En los Talleres de difusión, gracias al trabajo realizado sobre el merkén, se logró que los productores adquirieran conciencia de la posibilidad de que su producto se proteja gracias a su vinculación con los recursos locales específicos y se construya una IG o DO. Esto está respaldado por la unanimidad con que sus productores reconocen que es un producto con historia, que responde a un saber hacer ancestral vinculado a la etnia mapuche, originaria del sur de Chile, de la región de la Araucanía. Sin embargo, la extensa área geográfica en la que se encontraron productores de merkén, más allá de las fronteras de la región de la Araucanía, dificulta el trabajo colectivo y el establecimiento de acuerdos, ya que existen diferencias que pueden llegar a ser significativas entre las distintas regiones, por ejemplo, la región de la Araucanía frente a la región del Bío-Bío. Todo ello plantea un desafío interesante para lograr una IG o DO del merkén que cubra todo este territorio o, en su defecto, se puede llegar a una división del grupo.

3.3 Las características del merkén que hay que proteger

Los resultados de estos talleres están representados por el trabajo desarrollado por los productores asistentes que manifestaron sus opiniones a través de las respuestas a las preguntas planteadas con el propósito de obtener una visión del grupo respecto de las características de su merkén.

Fotos de los participantes en los talleres regionales

Santa Juana, VIII Región



Los Sauces, IX Región



Angol, IX Región



Cañete, VIII Región



Temuco, IX Región



Villarrica, XIV Región



(Fotos: María Teresa Oyarzún)

Estos talleres fueron la antesala para desarrollar el Taller final de consenso sobre el merkén que hay que proteger, en el cual se llegó a las siguientes conclusiones:

a) Factores sobre los que se alcanzaron acuerdos

- El merkén se produce hace más de 100 años como parte de sus costumbres. Se reconoce un producto originario de la cultura culinaria mapuche, que se preparaba tradicionalmente a base del ají cultivado en la huerta y sólo para el consumo familiar. Con el tiempo, el merkén empieza también a ser elaborado por personas que no pertenecen a la etnia mapuche, pero con base en recetas del pueblo mapuche, por lo que todos los productores lo reconocen como originario de la etnia mapuche.
- Las tres etapas esenciales de la elaboración del merkén son el secado/ ahumado, el tostado y la molienda. El nivel de variación aceptado en cada una de ellas se presenta en el siguiente cuadro, de menor a mayor grado de industrialización en las máquinas utilizadas.

Principales etapas de la elaboración del merkén	Alternativas aceptadas De menor a mayor grado de industrialización
1. Secado/ ahumado	En la ruca (vivienda mapuche)
	En la cocina a leña
	En el ahumador
2. Tostado	En la callana
	Al horno
	En una tostadora
3. Molienda	Con mortero manual
	Con molino a mano
	Con molino eléctrico

Los productores destacan que es posible usar estos diferentes instrumentos debido a que el saber hacer radica en cómo se realiza el proceso y conocer cuál es el resultado esperado del producto al final de cada etapa.

- El ají, materia prima principal del merkén, debe proceder siempre de la zona "protegida", como cultivo propio o comprado.
- La procedencia de la semilla de ají cacho de cabra debe ser local; no se permitiría semilla comercial.
- Respecto del nombre del merkén que hay que proteger, se invitó a todos los asistentes a escribir en un papel su propuesta. Surgieron así un total de 66 alternativas (véase el Anexo 4), en las cuales se repitió 37 veces "Merkén Mapuche" y 42 veces "Merkén La Araucanía", acordándose finalmente de manera unánime por todos los asistentes al Taller de consenso que el nombre del merkén que hay que proteger sería "Merkén Mapuche de la Araucanía".

b) Factores sobre los que no se alcanzaron acuerdos

- Límites exactos de la zona que hay que proteger con la IG, es decir, la delimitación al sur de la VIII Región del Bío-Bío y al norte de la XIV Región de Los Ríos.
- Ingredientes que comprende el merkén que hay que proteger
 - i) Ají + sal + semilla de cilantro;
 - ii) Ají + sal;
 - iii) Ají sólo.

La receta tradicional mapuche responde a la alternativa i) sin embargo, debido a que la demanda de algunos clientes que utilizan el merkén como ingrediente de otros productos lo solicitan de acuerdo a las alternativas ii) y iii) no se logró un acuerdo sobre este punto en el Taller.

- Tipo de ají que hay que utilizar. Debido a que la oferta de ají cacho de cabra es limitada y que muchos productores manifestaron que no alcanzaban a satisfacer la demanda de merkén a base sólo de ají cacho de cabra, no se llegó a una conclusión sobre si se aceptarían otras especies de ají para elaborar el merkén y qué tipo de especies de ají.

Por lo que respecta al nivel asociativo de los productores del merkén, los productores con los que se trabajó no conforman un grupo formal, ni hay una iniciativa de apoyo externo para continuar el trabajo, lo cual pone en riesgo la continuidad de las actividades sobre el terreno para completar la fase de calificación del círculo virtuoso de la calidad. Además, en el caso específico del merkén, la caracterización del producto que hay que proteger podría llegar a una diferenciación por región. De hecho, en 2012 un grupo de productores de la Araucanía iniciaron las gestiones para postular la protección de su merkén mediante una DO; con lo cual quedarían fuera de la posibilidad de utilizar la IG o DO los productores de las zonas productivas de Bío-Bío y de Los Ríos.



Parque Villarrica (Foto: Website)

IV. ENSEÑANZAS APRENDIDAS

4.1 Sobre el caso

Resulta interesante el reciente desarrollo institucional que ha tenido lugar en Chile sobre el tema de las IG y las DO y el arreglo específico que se ha dado para lograr una coordinación entre los intereses, los mandatos y las competencias del sector agropecuario y los del INAPI, así como el establecimiento de un programa determinado para promover y apoyar la utilización de estos instrumentos (Programa Sello de Origen), en el que existe una clara interrelación entre las instancias nacionales y las provinciales.

La gran tradición del producto, su relación con el territorio y la cultura del pueblo mapuche, junto con los efectos de las dinámicas y las exigencias de los mercados en las recetas originales, bien sea por la necesidad de atender diferentes gustos de los consumidores, lo que se refleja en el cambio de ingredientes originales, reemplazándose por otros, o bien porque ciertos recursos asociados con el territorio (como el ají cacho de cabra) no tienen la misma dinámica productiva que la que exige la demanda.

En este sentido, es de destacar la gran importancia que los propios productores dan a un insumo dentro de la formulación del producto final, como sucede con el ají cacho de cabra.

Los productores demostraron un fuerte interés por tomar parte en el proceso de identificación y por proteger su producto a través de la participación en los talleres (a pesar de los kilómetros que tenían que recorrer para llegar al lugar de destino y sus jornadas muy ocupadas), así como una gran voluntad de llegar a acuerdos.

Sin embargo, la extensión geográfica de la IG es un factor que incide en el desarrollo de ésta. En el presente caso, en el que se presenta una gran extensión en el país, pero también una gran dispersión, se constata que esto dificulta el trabajo colectivo y el poder llegar a acuerdos entre los actores para la definición del protocolo, no sólo por lo que representa en la movilización de los interesados y en la comunicación entre ellos, sino por las diferencias en la receta y en el proceso que pueden llegar a ser significativas entre las distintas regiones. Esto plantea un desafío interesante para lograr una IG o DO que incluya y refleje a todos los productores. Si no se consigue, puede que se llegue a una división. Ya en 2012, un grupo de productores de la Araucanía mostró su interés en postular para obtener la protección de su merkén, con lo cual quedarían fuera de la posibilidad de utilizar la IG o DO los de las zonas productiva de Bío-Bío y de Los Ríos.

La existencia de una forma organizativa consolidada es fundamental para lograr la sostenibilidad en procesos de largo aliento como éstos asociados con la gestión de una IG o DO.

4.2 Sobre la metodología de desarrollo de una IG

Este caso presenta en modo concreto cómo se puede organizar la movilización de pequeños productores para identificar las características de su producto con relación a una IG. La identificación de todos los interesados a través de un registro de productores es el primer paso imprescindible para evitar la exclusión injusta de algunos, especialmente si no están en la región administrativa correspondiente al nombre de la IG, que es una situación muy común. Se tiene que definir un mínimo de organización logística para dar a todos los interesados la posibilidad de participar en los talleres (multiplicar la realización de talleres en varias zonas, organizar los medios de transportes, etc.). Por último, el modo de animar los talleres es muy importante: los productores tienen que trabajar colectivamente, en grupos, a fin de intercambiar ideas entre ellos y decidir las características relevantes. Para ello es muy útil la implementación de la metodología de la FAO de identificación de las posibilidades, tanto para la identificación de las características del producto (cuestionario 1 en línea) como de las ventajas o problemas que hay que enfrentar (cuestionario 2) y obtener recomendaciones prácticas. La herramienta en línea está disponible en <http://www.foodquality-origin.org/webtool/about-olq/es/>.

Un gran límite del proceso de intervención para la identificación y que se ve particularmente en este caso, es la disponibilidad de fondos para seguir apoyando el proceso de identificación, calificación, y remuneración. De hecho, los pequeños productores se pueden crear grandes expectativas que posteriormente no se cumplen si el apoyo al proceso termina en la fase de identificación. Por eso, es importante intervenir con la posibilidad de seguir apoyando el proceso, ya sea directamente o a través otro tipo de colaboraciones.

CASO 4. EL PALLAR DE ICA, PERÚ

Con la contribución de:
Ángela Díaz Montoya,
Consultora de la FAO

I. Contexto del caso

1.1 Marco institucional

En Perú, existe un sistema sui generis¹ que regula la DO², definida como “aquella que emplea el nombre de una región o ámbito geográfico y que sirve para designar, distinguir y proteger un producto en función de sus especiales características derivadas, esencialmente, del medio geográfico en que se elabora, considerando factores naturales, climáticos y humanos”. La autoridad competente de su declaración y registro es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). Este organismo tiene competencias en esferas como defensa de la competencia, protección del consumidor, infraestructura de la calidad y propiedad intelectual. Por lo que respecta a esta última, la Dirección de Signos Distintivos es la responsable de las denominaciones de origen, además de las marcas, lemas comerciales, nombres comerciales, marcas colectivas, marcas de certificación.

Para más información sírvase consultar:
(<http://www.indecopi.gob.pe/o/home.aspx?PFL=o&ARE=o>).

La Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI evalúa las solicitudes y registra las DO. Para administrar la DO, el sistema peruano plantea dos formas, a saber, una estatal, a través del reconocimiento de Autorizaciones de Uso a productores de la zona geográfica que solicitan y demuestran el cumplimiento del pliego registrado, y otra delegada, a través de Consejos Reguladores³, de conformidad con la Ley 28.331, los cuales se conforman después de que se haya registrado la DO. El cumplimiento de los requisitos de la DO se vigila mediante acciones de fiscalización en el mercado y procedimientos de infracción contra derechos de propiedad intelectual. La defensa corresponde al INDECOPI, que puede, por supuesto, ser instada

¹ Sui generis: expresión latina que significa “de su género” y se utiliza para describir algo que es único o diferente. En derecho, se utiliza para identificar una clasificación legal que existe independientemente de otras categorizaciones debido a su singularidad o como resultado de la creación específica de un derecho u obligación.

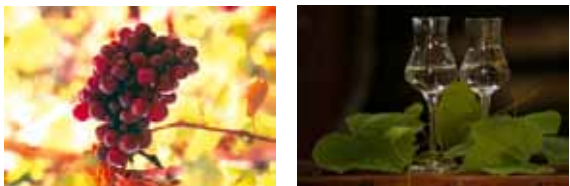

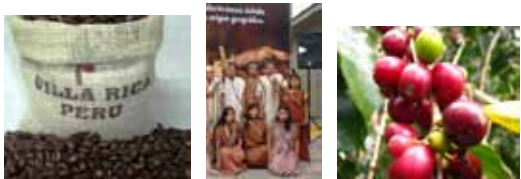
² http://www.indecopi.gob.pe/o/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=o&PFL=11&JER=375



³ En el año 2004, se estableció que se conformarían los Consejos Reguladores para cada DO otorgada y que éste sería el organismo responsable de velar por la calidad del producto y al que INDECOPI le delegaría la facultad de otorgar las Autorizaciones de Uso cuando demuestren solvencia para el control de la calidad del producto con DO (Gamboa P. Directora de Signos Distintivos del INDECOPI. Presentación en el Segundo Taller Nacional, Proyecto TCP/RLA/3211, noviembre de 2011).

por denuncia del Consejo Regulador. Se protegen así las DO directas: producto + nombre geográfico, bajo un sistema voluntario y abierto, que da prioridad a las marcas registradas vigentes, pero puede permitir la coexistencia, en tanto no induzca a error o engaño al consumidor, o dañe el valor de la marca. (Schiavone E., Informe de diagnóstico, 2010). Las autorizaciones de uso se otorgan por un plazo de 10 años renovable, por igual período, a todo productor o asociación de productores que acredite su calidad como tal y cumpla con los requisitos establecidos en la declaración de protección de la DO. Para ello el solicitante al presentar su solicitud debe pagar una tasa única. (Díaz Á., Informe Final de la Consultoría Nacional, junio de 2012).

En Perú hay ocho DO registradas hasta junio de 2013, de las cuales siete son los productos alimenticios y bebidas que se presentan en el siguiente cuadro. El otro producto es la cerámica Chulucana.

Cuadro: Productos alimenticios y bebidas con DO otorgadas en Perú

Pisco Resolución Directoral N° 072087 Diciembre de 1990/DSD-INDECOPI	
Maíz blanco gigante de Cuzco Resolución N° 012981 Septiembre de 2005/DSD-INDECOPI	
Pallar de Ica Resolución N° 020525 Noviembre de 2007/DSD-INDECOPI	
Café de Villa Rica Resolución N° 012784 Agosto de 2010/DSD-INDECOPI	
Loche de Lambayeque Resolución N° 018799 Diciembre de 2010/DSD-INDECOPI	

Café de Machu Pichu – Huadquiña Resolución N° 003917 Marzo de 2011/DSD-INDECOPI	
Maca Junín-Pasco Resolución N° 006065 Abril de 2011/DSD-INDECOPI	

Fuente: Gamboa P., Presentación en el Segundo Taller Regional TCP/RLA/3211, Lima, noviembre de 2011 y http://www.indecopi.gob.pe/o/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=o&PFL=11&JER=377 y http://www.indecopi.gob.pe/o/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=o&PFL=11&JER=379.

El INDECOPI gestiona el reconocimiento internacional de todas las DO registradas a través de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Asimismo, en cumplimiento de lo acordado en el Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos de América, se encuentran en proceso de diseño y derogación aquellas DO que estén en contradicción, esto es, cuando ya existe una marca registrada con un nombre geográfico no se podrá dar el reconocimiento a una DO relacionada al mismo nombre.

1.2 Por qué se ha elegido el caso piloto del pallar de Ica

Como parte del proyecto de la FAO “Calidad de los alimentos vinculada con el origen y las tradiciones en América Latina” en Perú, durante 2011 se trabajó con el caso del pallar de Ica, producto propuesto por el INDECOPI, contraparte nacional oficial de este proyecto.

Este producto cuenta con una DO registrada desde el año 2007, sin embargo, ningún productor ha solicitado ni ha obtenido la autorización de uso y, por lo tanto, aunque la distinción ha sido otorgada por el Estado, en la práctica no se utiliza. Esta situación preocupaba al INDECOPI y por ello propuso trabajar con la metodología del círculo virtuoso de la calidad, para que los **productores del pallar de Ica avanzaran hacia la implementación de su DO**. Cabe destacar que, salvo el caso del pisco (DO registrada en 1990), los demás productos alimenticios con la distinción de DO en Perú tampoco la utilizan en la práctica, por lo cual las lecciones que se puedan aprender de este proceso son muy importantes para el país. Por consiguiente, con este producto se aplicaron las fases de calificación y remuneración del círculo virtuoso de la calidad, con el propósito de empoderar a los productores para el uso y el control de la DO.

En 2007, el Ministerio de Agricultura, el Gobierno Regional de Ica y las Asociaciones de Agricultores de Ica y de San Juan-Nazca trabajaron de forma conjunta para lograr el registro de la DO del pallar de Ica, motivados por el

interés de valorar este producto y dar un reconocimiento a los agricultores por sus prácticas culturales aplicadas al cultivo. En ese momento, el objetivo fue fortalecer el mercado interno y regional, tanto a nivel de productores como de consumidores, con miras a lograr una oferta de calidad y un consumo informado (Díaz Á., Monografía sobre el pallar de Ica, noviembre de 2010). A pesar de lo expuesto, existe una serie de situaciones que han dificultado la implementación de la DO, por ejemplo, en el expediente técnico de la DO (véase el Anexo 5) se explica la caracterización del pallar de Ica y sus diferencias con otros pallares, pero no se fijan claramente los estándares de calidad. Además, las instituciones públicas fueron principalmente las que promovieron este reconocimiento, pensando que esta herramienta favorecería la comercialización del producto, pero sin fortalecer sus sistemas de control de calidad. Asimismo, aunque algunos productores habían participado en la presentación de la solicitud de DO Pallar de Ica, a pesar de formar una asociación, no lograron el nivel de empoderamiento y organización necesarios para solicitar la autorización de uso de la DO y formar un Consejo Regulador activo.

Cabe mencionar que en Ica existía una asociación de productores de pallar constituida con el nombre “Consejo Regulador del Pallar de Ica”, inscrita en los Registros Públicos. No obstante, esta asociación promovida por instancias públicas no se había presentado ante el INDECOPI y no contaba con reconocimiento como Consejo Regulador. Más aún, los agricultores que la conformaban desconocían el trabajo que les correspondía como Consejo Regulador, por lo cual existía mucha confusión a nivel local. (Díaz Montoya, Á., Informe Final de la Consultoría Nacional Perú, 2012)

Es menester hacer notar que en varios países de la región se han constatado situaciones en que una IG o DO está registrada a nivel de las autoridades aunque sus productores no la implementen, debido a que la fase de identificación resulta a menudo incompleta por falta de movilización o capacidad de los productores. Por lo tanto, era interesante, desde el punto de vista de la metodología, volver a trabajar con los productores en aspectos relacionados con la organización, la definición de la calidad específica y su control (identificación y calificación), con el fin de favorecer el empoderamiento de la DO, y demostrar así la importancia de la fase de identificación, con miras a servir de lección a otros proyectos.

II. Caracterización del caso pallar de Ica

2.1 El producto, su territorio y su mercado

El pallar (*Phaseolus lunatus*) es un producto agrícola cultivado en la región de Ica. El “pallar de Ica” se reconoce por ser un producto que se cultiva desde tiempos ancestrales⁴. Se caracteriza por ser un producto de sabor agradable

⁴ El origen del pallar en Perú se evidencia por las representaciones pictóricas en la cerámica y el arte textil de las culturas Paracas y Nazca, de 2000 años de antigüedad. También se han encontrado en sus tumbas pallares de diferentes colores (rojo, negro, blanco y jaspeado), como parte del ajuar funerario.

(dulce), de cáscara delgada, de fácil y rápida cocción, dando como resultado un pallar de textura cremosa y suave. La dulzura característica del pallar de Ica se explica por su menor contenido de ácido cianhídrico, y su calidad específica vinculada al origen se relaciona a la interacción de factores ambientales como la luminosidad, la temperatura, el suelo y el agua, que junto con el factor humano constituido por el manejo agronómico y el conocimiento de prácticas culturales preservadas hasta la actualidad, permiten obtener un producto de características particulares que se diferencia de otros de su misma especie (Díaz Á., Monografía sobre el pallar de Ica, noviembre de 2010; Díaz Á. Informe Final de la Consultoría Nacional, junio de 2012).

Esta DO incluye 12 variedades de pallar con posibilidad de cultivo en los valles de las cinco provincias de Ica, a saber, Chincha, Pisco, Ica, Palpa y Nazca. Sin embargo, los valles realmente productivos están ubicados únicamente en las provincias de Ica, Palpa y Nazca, que cubren igualmente una vasta extensión territorial que dificulta la comunicación entre los productores, quienes además presentan un bajo nivel de asociación.

Producción del pallar de Ica



Zona de producción



Pallar seco



Región de Ica con sus cinco provincias:
Chincha, Pisco, Ica, Palpa y Nazca



Cultivo del pallar

Fuente: Díaz Montoya, Á. 2010. Monografía del caso piloto "PALLAR DE ICA" – Perú

La información de mercado que se tiene sobre el pallar de Ica se basa en el estudio de su cadena de valor, vinculada a las dos asociaciones de productores con quienes se ejecutó el caso piloto (Asociación San Juan de Changuillo y Asociación Piedras Gordas). La cadena está conformada por los siguientes actores directos: pequeños agricultores, acopiadores/intermediarios, comerciantes mayoristas, comerciantes minoristas, mercado local, supermercados, exportadores y consumidores finales. Los actores indirectos identificados son los proveedores de insumos (fertilizantes y plaguicidas), las instituciones públicas y privadas que brindan asesoría técnica a los productores (Agencia Agraria, Ministerio de Agricultura, técnicos de casas comerciales, ONG), transportistas y entidades financieras (como Cajas Rurales, AGROBANCO o ABACO).

Los principales obstáculos que se han identificado están relacionados con el retraso con el que los productores reciben los créditos para el cultivo (lo cual influye en su nivel de producción) y con el manejo especulativo del precio que hacen los intermediarios (al comercializar los productores en forma individual, tienen poco margen de negociación). La escasa práctica asociativa hace más evidente esta situación.

Respecto a la cadena de valor y su relación con la DO, se observó que los actores directos y las instituciones vinculadas a las dos asociaciones de productores mostraban interés por la implementación de la DO. Se observó también que los actores de la cadena tenían un conocimiento limitado sobre el significado de la DO Pallar de Ica, y sobre la forma en que cada actor garantiza la DO (trazabilidad).

La situación de los productores de pallar de Ica es compleja. La resolución de esta DO considera elegible para la distinción el producto seco y fresco y cultivado territorialmente en toda la región de Ica. No obstante, este trabajo se centró en el pallar seco, cuya producción se localiza en las provincias de Ica, Palpa y Nazca. En esta zona existe un gran número de pequeños agricultores que cultivan pallar seco en los diferentes valles. Sin embargo, no existe un registro que los identifique, ni tampoco una organización que los agrupe. Debido a la distancia entre los valles, los productores no se conocen entre ellos y tampoco existen medios de transporte, ni de comunicación vial efectiva que faciliten su integración. A esta situación se suma que son agricultores de escasos recursos económicos y que comercializan su producto de forma individual. Respecto al tema de la DO, la mayoría de los productores y profesionales relacionados desconocen su significado, el alcance y cómo se gestiona. Existe gran confusión entre el significado de una DO y el ser oriundo de un lugar (protección como centro de origen). Además, no se cuenta con información de mercado respecto al producto y su potencial de comercialización, lo cual es un aspecto importante para tratar en las fases de calificación y remuneración del círculo virtuoso de la calidad propuesto en la Guía FAO-SINERGI 2010 (Díaz Á., Informe Final de la Consultoría Nacional, junio de 2012).

2.2 Actividades vinculadas al proyecto FAO: el pallar de Ica y el proceso inicial para implementar la DO

Se identificó a la ONG DECAL como la institución local que ejecutaría las acciones de apoyo al caso piloto debido a su experiencia en el desarrollo rural en la localidad, a su capacidad para acompañar a los pequeños productores en el tiempo y por contar con el apoyo de un psicólogo social requerido para promover la asociatividad.

En cuanto a los productores de pallar, la estrategia era empezar a trabajar con un núcleo líder para después difundir los resultados y alargar la red de productores involucrados en la implementación y organización. Por tanto, se establecieron contactos con dos asociaciones con mayor interés por realizar esfuerzos hacia la implementación de la DO para su producto. Estas son la Asociación San Juan de Changuillo (que participó activamente en el proceso de solicitud de la DO Pallar de Ica) y la Asociación Piedras Gordas. Asimismo, se realizaron esfuerzos por incorporar a productores de la Asociación Consejo Regulador Pallar de Ica a fin de iniciar el proceso de sensibilización a nivel de la región para extender el proceso iniciado con las dos primeras asociaciones. En total, se trabajó directamente con 24 productores, ubicados en las provincias de Palpa y Nazca. Las actividades realizadas se pueden dividir en tres componentes principales: capacitación, asistencia técnica e investigación.

Cabe mencionar que la Agencia Agraria de Palpa siguió de cerca las actividades locales del caso piloto y participó en varios talleres de capacitación.

Por lo que se refiere a las actividades de capacitación, habida cuenta de los conocimientos de los técnicos y los productores involucrados sobre DO en Ica, se llevaron a cabo actividades para apoyar su implementación y uso. En primer lugar, personal del INDECOPI impartió capacitación en Lima a los profesionales de la ONG DECAL, con el objetivo de fortalecer la capacidad de su equipo técnico en este tema y prepararlo para sus acciones de capacitación y trabajo con los productores del pallar en Ica. Los temas abordados en la capacitación fueron el significado de las DO, las autorizaciones de uso, los Consejos Reguladores y la presentación de las ocho experiencias nacionales en DO.

En segundo lugar, se brindó capacitación a los productores sobre el terreno con objeto de fortalecer su capacidad para realizar una mejor gestión agrícola – asociativa, que les permita resolver en conjunto los desafíos a los que se enfrentan relacionados con la implementación de la DO Pallar de Ica. En total, se llevaron a cabo 20 talleres sobre los tres temas siguientes:

- Cultivo del pallar: manejo del cultivo, costos de producción, sistema interno de control y conceptos básicos de buenas prácticas agrícolas (tres talleres);
- Denominación de origen: conceptos básicos de la DO, autorización de uso y Consejo Regulador, y la experiencia de otras DO en Perú (tres talleres);

- Posibilidad de constituir una asociación: identidad de los productores, fortalecimiento de las capacidades personales y sociales, análisis de la asociación, emprendimiento y modificación de conductas (14 talleres).

Durante estos talleres de capacitación, se consideró importante realizar materiales didácticos sobre el concepto de DO. Para ello se realizó un trabajo conjunto entre los productores, el INDECOPI, DECAL y la consultora nacional del proyecto, que culminó en un afiche sobre la DO. Para su realización, se formuló una serie de preguntas guía sobre la DO a los productores, quienes respondieron y presentaron sus propuestas que seguidamente fueron sistematizadas; con base en éstas, el INDECOPI definió el contenido final del material. Por último, se hizo el diseño gráfico y se imprimieron 500 afiches, que fueron distribuidos en Ica, Palpa y Nazca (véase el afiche en el Anexo 6).

Por lo que respecta a la asistencia técnica, el objetivo era mejorar la calidad y la consistencia del pallar para la DO. Para ello, se revisaron las prácticas productivas relacionadas con la mejora de la calidad de su producto y se analizó el acceso a nuevos mercados. Además, se reorientó la actividad prevista inicialmente de obtención de la “autorización de uso” de la DO al desarrollo de un modelo de definición de estándares de calidad comercial para el producto final. De hecho, los mismos productores reconocieron que su organización no estaba lo suficientemente fortalecida para solicitar la autorización de uso en forma grupal (a nombre de su asociación), ya que no se sentían capaces de garantizar la calidad del producto final de los demás socios y de gestionar la comercialización en forma conjunta. Paralelamente, la Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI no había determinado aún las instituciones locales que certificarán que la zona de producción está dentro de los límites señalados en la resolución y que la calidad final del producto cumple con los estándares definidos en ella. Por otro lado, se evidenció la ausencia de estándares de calidad comercial para el producto final, elemento esencial para lograr el uso de la DO Pallar de Ica. De hecho, la definición de estándares de calidad comercial para el producto final era un complemento necesario de las características del producto ya definidas en la resolución de la DO Pallar de Ica. Por ello, se realizó una investigación cualitativa sobre las prácticas que los productores consideran que aportan la calidad específica del pallar de Ica. Este trabajo se llevó a cabo a través de entrevistas a seis informantes claves representados por productores de la Asociación San Juan de Changuillo, con reconocida experiencia en el cultivo del pallar. La información obtenida se sistematizó y presentó para ser validada en un taller con 16 agricultores de dicha asociación, en el que también participaron los informantes claves.

En cuanto a la remuneración, el mercado y los consumidores conocen muy poco sobre las DO, y el objetivo de las actividades realizadas fue brindar información para generar una demanda interna. El sector de la gastronomía ha participado en los talleres de capacitación y se realizó un trabajo de difusión por medios escritos, radiales y televisivos en la región de Ica para ampliar el impacto en la población local en general.

III. RESULTADOS

3.1 Capacitación

La metodología de capacitación fue de tipo participativo, realizada en un lenguaje sencillo. Gracias a las actividades de capacitación, los agricultores no sólo fortalecieron sus conocimientos y capacidades, sino que fueron un paso más allá al plantear las siguientes iniciativas:

- Empezar a implementar a partir de enero de 2012 buenas prácticas agrícolas (BPA) en sus granjas para mejorar su producción. DECAL prestó apoyo técnico a esta actividad.
- Trabajar primero para lograr una marca colectiva y, a continuación, solicitar la autorización de uso de la DO ante el INDECOPI, ya que los productores reconocieron que era necesario continuar trabajando a fin de fortalecer su capacidad de asociación.
- Comenzar a revisar los estatutos de su asociación, de manera que su modelo organizativo les permita optimizar su vinculación con el mercado.



Productores de palpar en los talleres de capacitación (Ica)
(Fotos: Díaz Montoya, Á.)

Como resultado adicional de las actividades de capacitación, apoyo técnico e investigación, entre otras cosas, los productores valoraron el trabajo coordinado con el INDECOPI, la Agencia Agraria de Palpa, la Universidad Nacional de Ica y DECAL. Además, manifestaron que para continuar con la implementación de la DO requerirán ayuda técnica y económica, por lo que están interesados en seguir trabajando conjuntamente con diferentes actores, principalmente con DECAL, la Agencia Agraria de Palpa, el INDECOPI y el Gobierno Municipal.

Las actividades de capacitación en materia de DO dirigidas a los profesionales de DECAL fortalecieron las capacidades en este tema en Ica, lo cual posibilita que esta ONG continúe apoyando a los productores de palpar en la región. Asimismo, la presencia en el territorio de los 500 afiches sobre la DO, elaborados de forma conjunta entre los productores y el INDECOPI, permitió tener un producto que responde a las inquietudes de los productores utilizando conceptos claros en un lenguaje sencillo y familiar para ellos.

3.2 Definición de estándares de calidad comercial

En este estudio preliminar de estandarización del pallar se trabajó con muestras de pallar (variedad "Generoso de Ica") clasificadas colectivamente según la calidad en primera, segunda y descarte, que provenían de tres localidades, a saber, San Juan de Changuillo, Piedras Gordas y Ocucaje. Se estudiaron principalmente dos características: el calibre (es decir, el número de granos en 100 g) y el peso de 100 granos, por ser características que se utilizan en el campo para definir la compra del grano, a pesar de que éstas no forman parte de las características mencionadas en la resolución de la DO.



Clasificación del pallar



Venta del pallar

(Fotos: Díaz Montoya, Á., Balbín, O.)

Los resultados relativos al pallar seco de la variedad "Generoso de Ica" fueron los siguientes:

- Primera: granos de calibre 40 a 50 (granos en 100 g); peso de 100 granos 215 g a 245 g. Presenta un 15% de granos con daños leves.
- Segunda: granos de calibre 46 a 54 (granos en 100 g); peso de 100 granos 175 g a 235 g. Presenta un 25% de granos con daños leves.
- Descarte: todos los granos restantes de la clasificación, se consideran defectuosos (granos manchados, picados o partidos).

Los resultados obtenidos permitirán uniformar la calidad del pallar de esta variedad comercializado en estas localidades, lo que representa un insumo importante para cuando soliciten la autorización de uso respectiva. El interés de los productores es que cuando se comercialice el pallar con DO, el producto cumpla además con los estándares de calidad comercial, para que goce de prestigio en el mercado. Durante el trabajo, no se tuvo la posibilidad de debatir con los productores si la DO reconocerá sólo las calidades "primera" y "segunda" y si excluye o no el "descarte". Esto queda como trabajo pendiente. Es importante recordar que la resolución de la DO comprende 12 variedades de pallar y una amplia zona de producción, por lo que este trabajo puede servir de base para una experiencia similar posterior con productores de otras zonas, en la cual además se pueda incluir la opinión de los comercializadores de pallar. Asimismo, se considera un reto ampliar este trabajo a otras zonas de producción que deseen utilizar la DO.

En resumen, identificar los estándares comerciales para el pallar de la variedad 'Generoso de Ica', para las calidades "primera", "segunda" y "descarte", en tres localidades, ha creado un precedente para continuar este trabajo con otras variedades de pallar y en otras localidades. Contar con estos estándares permitió eliminar uno de los obstáculos identificados para tramitar y acceder a la autorización de uso para la DO Pallar de Ica.

3.3 Investigación cualitativa

Como resultado de esta actividad, se precisó que de las 12 variedades señaladas en la resolución, ellos cultivan sólo dos, a saber, la variedad 1548 (conocida como "Generoso de Ica") y la variedad "Señor de Luren". La época de cosecha del pallar se definió de agosto a octubre. Se especificó y aceptó el tipo de manejo postcosecha del grano referido a tres formas de trillado: a) dejar secar las vainas en la planta, cortar después las plantas, dejarlas secar, y trillar a continuación la planta completa de forma manual; b) dejar secar las vainas en las plantas, cosechar después sólo las vainas secas y trillarlas manualmente con horquetas de madera, y c) dejar secar las vainas en las plantas, cosechar después sólo las vainas y trillarlas mecánicamente. Por último, se precisa que los granos de pallar de las dos variedades se comercializan juntos. Lo indicado anteriormente son precisiones relativas a las características comprendidas en la resolución e incluye una nueva característica no considerada, esto es, que los granos de pallar de diversas variedades se comercializan juntos.

3.4 Elaboración de un plan de control

A partir de estos hallazgos, se trabajó con los productores de la Asociación de San Juan de Changuillo una propuesta de plan de control, que considera las características propias de su manejo. Esa propuesta constituye el primer documento que presenta las características propias del manejo del cultivo y representa una herramienta útil para cuando la Asociación pueda solicitar la autorización de uso de la DO Pallar de Ica ante el INDECOPI, ya que constituye un modo útil de verificar el cumplimiento de lo estipulado en la resolución y representa las prácticas reconocidas por los productores (véase el Anexo 7 sobre Prácticas de manejo que aportan la calidad al pallar de Ica y propuesta de Plan de control para la Asociación San Juan de Changuillo.) Cabe destacar que, dado que la zona potencial para la producción del pallar con DO es toda la región, es necesario confirmar si se dan otras formas importantes de variedad en el cultivo y la cosecha, ya que se deberán precisar en el plan de control. Por ejemplo, gracias al intercambio con los productores de Ocucaje, se sabe que tienen una forma de preparación de cultivo y de riego (por inundación) muy diferentes a las prácticas tradicionales.

3.5 Difusión en diferentes medios y festividades locales

La difusión escrita tuvo mayor repercusión en la población urbana de Ica, mientras que la radial y televisiva (canal local) en las zonas rurales, donde se encuentran los agricultores vinculados a la DO. La radio sigue siendo el medio preferido por los agricultores mientras realizan sus actividades en campo.

Además, se realizó el IIº Festival del Pallar en la localidad San Juan de Changuillo, provincia de Nazca – Ica, el 24 de septiembre de 2011. Este festival tuvo como objetivo realzar y valorar la importancia del pallar desde el punto de vista alimentario y culinario, por lo que se organizó un concurso de elaboración de alimentos típicos e innovadores teniendo como principal ingrediente el pallar. Durante el festival, se aprovechó también para mostrar y comercializar pallar clasificado y embolsado (bolsas de 1 kg). Acudieron al Festival representantes de instituciones públicas como el Alcalde de la Municipalidad de San Juan de Changuillo, representantes del INDECOPI, un representante de la Dirección Regional Agraria, los Directores de las Agencias Agrarias de Palpa, Nazca e Ica y agricultores en representación de la Asociación Consejo Regulador Pallar de Ica (agricultores de Ocucaje). Además, participaron agricultores de las localidades de Cabildo, San Juan, San Javier y Chiquerillo, entre otras. También estuvieron presentes medios de comunicación radial (RPP de alcance nacional) y televisiva (Cadena Sur de alcance local).

Los agricultores de la Asociación San Juan de Changuillo participaron en la Feria Expoalimentaria Perú 2011, realizada del 28 al 30 de septiembre de 2011, en el cuartel General del Ejército en San Borja (Lima). Esta es la feria internacional de alimentos, bebidas, servicios, restaurantes y gastronomía más grande de la región y constituye el punto de encuentro de empresas exportadoras y selectos compradores provenientes de los cinco continentes. Los agricultores contaron con un puesto en la feria para la presentación del pallar de Ica, el cual fue atendido por dos agricultores de la asociación. La feria es un espacio de encuentro entre la oferta y la demanda de productos de calidad. Los agricultores sacaron varias lecciones de su participación, como la necesidad de contar con información organizada de la oferta de su asociación (cantidad, estacionalidad, información de calidad) y herramientas comerciales (registro único de contribuyentes, facturas, boletas, etc.), así como la necesidad de trabajar la imagen de su producto (presentación, logo, marca) y la presentación de su asociación (díptico, tarjetas, etc.). Cabe destacar como resultados positivos de su participación que lograron conocer a personas interesadas en la compra de su producto, mostraron su visibilidad en este espacio y se sintieron interesados y empoderados para repetir esta experiencia, pero con mayor preparación, por lo que se plantearon como meta participar en la Feria Expoalimentaria 2012.



Oasis Huacachina en el desierto de Ica (Foto: Website)

IV. ENSEÑANZAS APRENDIDAS

4.1 Sobre el caso

En general, la implementación de este proyecto piloto permite evidenciar que existe una normativa nacional, que está homologada a nivel de la Subregión Andina, conformada por Bolivia, Colombia y Ecuador, además de Perú, aplicada en este último país por la Unidad de Signos Distintivos del Área de Propiedad Intelectual del INDECOPI. Esta entidad no sólo se encarga de la revisión de solicitudes, del registro y del otorgamiento de las autorizaciones de uso, sino también de la gestión del reconocimiento internacional de las DO por parte de la OMPI y del desarrollo de tareas de promoción para la utilización de estos instrumentos entre los productores. Más recientemente, AGRORURAL, instancia del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) lleva a cabo también actividades de promoción y apoyo para la aplicación de las DO, así como de las marcas colectivas entre organizaciones de productores. En el caso de la DO del Pisco el INDECOPI asume además el control de su uso.

Por otra parte, en el caso del pallar de Ica, se evidencia una vez más la importancia de que las iniciativas para lograr el registro de una DO surjan efectivamente de una organización sólida de productores y no de entidades públicas u otros actores externos a la actividad, con el fin de lograr una sostenibilidad genuina de los procesos y la efectiva aplicación de la DO. Asimismo, es también fundamental que las entidades promotoras del desarrollo local, públicas o privadas, conozcan claramente las condiciones que exige la utilización de este instrumento, para que los esfuerzos que orientan y apoyan su implementación no generen desconcierto en las fases de aplicación.

Este caso ilustra uno de los problemas más frecuentes que se plantean con las DO registradas por una iniciativa externa a los productores: la DO no se utiliza (no hay certificación, no aparece en el etiquetado y, en consecuencia, no hay beneficios para los productores). A menudo esto sucede debido a la falta de claridad de los productores sobre lo que tienen que

hacer para implementar esta distinción (a veces ni siquiera están informados de la existencia de la IG para su producto) y de un sistema de control del cumplimiento de las condiciones de producción y de la calidad del producto que se ofrece. No se considera que el registro de la DO es una etapa final de un proceso, pero al mismo tiempo el inicio de otro, y que para ello es necesario gestionar diferentes dimensiones relacionadas con el comercio, la promoción, el posicionamiento, el control y la defensa, en las que también se precisa la participación de otros actores de la cadena, además de los productores. Además, muestra la importancia de asegurar desde el inicio un proceso en el que los productores tengan un papel protagonista en la definición del pliego de condiciones y del plan de control correspondiente, en el que además participen en las etapas de identificación, calificación y remuneración del círculo virtuoso de la gestión de una DO, ya que le dan sostenibilidad al proceso. Cuando la motivación principal de los grupos de productores para implementar una DO está relacionada con el acceso a los mercados, son actores claves todos los componentes de la cadena de valor, ya que tienen incidencia en la formación del precio del producto. Por ello, en este caso, a pesar de estar registrada la DO, el pliego de condiciones necesita ser profundizado para definir los requisitos de las condiciones de producción, teniendo en cuenta las diferencias que existen entre zonas de la misma región y la calificación comercial de estas variaciones.

4.2 Sobre la metodología de desarrollo de una IG

Este caso permite verificar que el círculo virtuoso para la gestión de la DO no solamente sirve para orientar procesos que se inician con el propósito de obtener un registro, si no que se puede adaptar para revisar procesos ya desarrollados y para activar aquellos que por diversas razones se han detenido, que su aplicación no ha logrado las metas esperadas en la etapa de remuneración o que encuentran problemas en la fase de sostenibilidad y reproducción. Por consiguiente y como conclusión de las diferentes acciones realizadas y los resultados alcanzados, se pueden formular las siguientes recomendaciones:

- Cuando se trate de una DO que cubre un territorio grande, con muchos productores y asociaciones, parece prudente y funcional considerar el proceso de implementación en dos tiempos: primero, trabajar con el grupo o los grupos y la región o territorios en los que se den las mejores situaciones respecto de la organización, empoderamiento del instrumento, presencia de institucionalidad de apoyo y conocimiento de la cadena de actores, funciones y relaciones que hacen que el producto llegue a un segmento de mercado en el que tenga un reconocimiento y una buena reputación; y segundo, partir de las enseñanzas aprendidas y el efecto demostrativo, para que se puedan generar, planificar y desarrollar acciones en otros espacios. En esta estrategia es importante que el núcleo inicial sepa claramente que empiezan un proceso, al que posteriormente se unirán otros actores.

- La sensibilización y la capacitación que se brinda a los productores y a otros actores sobre los procesos de gestión de DO, especialmente cuando se trata de productores en pequeña escala en zonas marginales, no deberían centrarse sólo en los aspectos relacionados con la obtención del registro y su posterior aplicación, si no que deberían enmarcarse dentro de un enfoque de desarrollo rural, complementado con aspectos conceptuales y operativos de cadenas, organización de productores, gestión de la calidad y comercialización, entre otros. Una capacitación integral, como la que se expone, permite que los productores comiencen a ver soluciones a sus problemas de fondo, que van más allá del tema aislado de la DO.
- Las etapas del círculo se pueden (y a menudo se deben) considerar de manera paralela para resolver las dificultades de un caso iniciado donde faltan elementos fundamentales. En este caso, aun cuando la DO existe y se necesita impulsar la etapa de remuneración, hacía falta reforzar la movilización de los productores (identificación) y precisar los requisitos para su uso (calificación).

Así mismo, el caso ratifica la importancia de contar con una serie de elementos que facilitan la aplicación del instrumento, sobre aspectos como:

- La posibilidad de disponer de una oferta local de servicios de asistencia técnica permanente a los productores.
- La existencia de una coordinación sectorial y espacial de las diferentes instancias con mandatos y competencias para el apoyo a la implementación, la utilización y el control de las DO. En este caso, por un lado, los encargados de la protección de la propiedad intelectual y, por otro, los responsables del apoyo al sector agrícola y del desarrollo rural; así como también la necesidad de coordinación entre el gobierno nacional, el regional y el municipal.
- La existencia de un capital social que se refleje en acciones colectivas y en la presencia de formas asociativas de carácter empresarial consolidadas, si es que el objetivo de la implementación del instrumento es mejorar las condiciones de acceso al mercado y el incremento de los ingresos de los productores.

Por último, con este caso se identifican sectores que pueden ser claves para la dinamización de la etapa de remuneración de la gestión de la DO, como la gastronomía y el turismo. En todos los países y regiones donde la cultura alimenticia y la gastronomía son importantes, éstos son agentes de difusión y promoción sinérgicos para la DO, sobre todo en escenarios como el peruano donde algunos actores de la gastronomía están interesados en que esta actividad y la comida producto de ella se relacionen con una identidad territorial y cultural.

Capítulo III

CONCLUSIONES

Importancia de la institucionalidad

En varios de los casos se confirma la importancia de contar con un marco institucional y un desarrollo organizativo de las entidades que prestan servicios de apoyo en el ámbito nacional y local, en aspectos relacionados con la normativa, la investigación-innovación, la asistencia técnica y una adecuada articulación entre las instancias nacionales y las provinciales:

- En el proyecto piloto de apoyo a la iniciativa de la DO del salame de Colonia Caroya, la base técnica especializada del INTA, junto con su presencia y posicionamiento institucional en el territorio, permitieron llevar a cabo, sostener y proyectar un trabajo con conceptos claros, instrumentos metodológicos sólidos y una coordinación interinstitucional adecuada.
- En el de apoyo al proceso del guaraná de Maués y de Sateré-Mawé, la existencia de una institucionalidad diversa, relacionada con los sectores productivos, de investigación e innovación y de refuerzo a aspectos asociativos, entre otros, evidencia la importancia de contar con este tipo de ayuda como condición para lograr el desarrollo y la gestión sólida de una IG.
- La posibilidad de disponer de una oferta local de servicios de asistencia técnica permanente para los productores, se considera un factor de éxito en el proyecto de apoyo a la gestión de la DO del pallar de Ica, así como la existencia de una coordinación sectorial y espacial de las diferentes instancias con mandatos y competencias para el apoyo a la implementación, el uso y el control de las DO. En este caso, por un lado se llevó a cabo un trabajo articulado entre la instancia encargada de la protección de la propiedad intelectual (INDECOPI) y los responsables del apoyo al sector agrícola y al desarrollo rural (Ministerio de Agricultura y Dirección Regional Agraria de Ica) y, por otro, entre el gobierno nacional, el regional y el municipal.
- En el caso de la mora de Costa Rica, se observa que el entorno institucional, entre otros elementos, explica los relativos pocos avances alcanzados ya que en los territorios no se siente de manera concreta la implementación de un instrumento de política de promoción y apoyo al desarrollo y aplicación de las IG o DO, ni tampoco hay una oferta de servicios de asistencia técnica especializados en atender iniciativas que tengan ese objetivo.
- El caso del cacao Arriba demuestra la dificultad de seguir avanzando con la organización de los productores para la gestión de la DO (en particular su protección a través de controles y certificación) cuando el marco institucional está incompleto y el papel de las instituciones no está claramente definido. El hecho de que, una vez que la DO está registrada, cada productor tenga que pedir por sí mismo una autorización de uso al tutor de la DO (el Estado), lo cual requiere capacidades a nivel legal y la intervención de abogados, complica y encarece el uso de la DO para los pequeños productores.

Finalmente, se puede retomar esa conclusión del informe del caso piloto de Argentina: “queda como tarea pendiente para el país reflexionar sobre el significado de las DO. La propuesta de la FAO considera a las DO más que un signo distintivo con implicancias comerciales, lo considera un patrimonio natural y cultural y, por ende, una herramienta para lograr el desarrollo sostenible que brinda beneficios económicos, ambientales y sociales”. Esta declaración pone en evidencia que la IG, tal como se define en el ADPIC, representa una herramienta económica para la protección de la reputación del producto, mientras que la metodología del círculo virtuoso busca potenciar su aporte al desarrollo rural sostenible. Para eso, el marco legal e institucional desempeña un papel importante, ya que son las políticas asociadas al desarrollo de las IG las que van a crear el ambiente propicio para que tales potencialidades se concreten. Para ello se requiere que la política no abarque sólo aspectos procedimentales, como el pliego de condiciones y los planes de control, sino que también contemple intervenciones en los procesos, en aspectos como el apoyo a la conformación de grupos de productores representativos y la incidencia en la consideración de elementos de sostenibilidad e inclusión social.

Capacidad de los productores para consensuar una visión común y de las entidades encargadas de formular políticas y prestar servicios de apoyo para orientar y facilitar ese proceso

El proyecto del pallar de Ica es un ejemplo claro de uno de los problemas más frecuentes que se plantean con las DO registradas: su no utilización debido a factores como:

- la falta de información y claridad de los productores sobre lo que tienen que hacer;
- la carencia de un sistema de control del cumplimiento de las condiciones de producción y de la calidad del producto que se ofrece;
- la consideración de la obtención del registro de la DO como la etapa final de un proceso y no como el comienzo de otro, y que para esto se requiere una gestión en diferentes dimensiones, como la comercial, la promocional, de posicionamiento, de control y de defensa, en la que resulta importante la participación de otros actores de la cadena, además de los productores.

Asimismo, muestra la importancia de asegurar desde el inicio un proceso en el que los productores tengan un papel protagonista en la definición del pliego de condiciones y del plan de control correspondiente, y en el que participen además en las etapas de identificación, calificación y remuneración del círculo virtuoso de la gestión de una DO otros actores de la cadena, claves en la formación del precio del producto, sobre todo cuando la motivación principal de los grupos de productores está relacionado con el acceso a los mercados. Por ello, en este caso, a pesar de estar registrada la DO, era

necesario profundizar el pliego de condiciones para definir los requisitos en las condiciones de producción, teniendo en cuenta las diferencias entre zonas de la misma región y la calificación comercial de estas variaciones.

Al contrario, otros casos muestran la importancia de la movilización de los productores cuando han identificado un interés común.

En el caso del merkén, el proceso participativo de identificación que se realizó con los productores de todas las zonas les permitió tomar conciencia de la riqueza de su producto, las características que merecen ser valorizadas y el nombre que merece ser protegido. Por último, muchos de los productores mostraron su interés en seguir adelante con el proceso de calificación.

La movilización y la fuerte motivación de los indígenas Sateré-Mawé para el registro de la IG del guaraná de Maués se explica por su interés en que esta actividad sea reconocida como parte del patrimonio de su comunidad y como elemento central de su religión y cultura. El arraigo cultural del producto y la defensa de su identidad es un motor que ha impulsado su organización y la capacidad de gestión que han desarrollado para buscar tanto apoyos como canales de comercialización adecuados a su oferta.

Cabe mencionar que los conflictos forman parte del proceso, ya que es necesario definir una visión común (y reglas comunes para el uso de la IG o DO) a partir de situaciones más o menos heterogéneas entre los productores. A menudo, se ven brechas entre los elaboradores o divergencias sobre las estrategias de diferenciación en los mercados, originados por la heterogeneidad de la capacidad de producción y del cumplimiento de las normas de calidad definidas por las exigencias de esos mercados, como es el caso del salame de Colonia Caroya de Argentina.

La definición de las características del producto

La definición del pliego de condiciones supone un proceso de “codificación” casi estandarizado de un producto con calidades específicas, con el fin de garantizar al consumidor la presencia de tales calidades. Sin embargo, se pueden realizar adaptaciones de los métodos de producción siempre que se mantenga la especificidad del producto.

De hecho, se evidencia en algunos casos la necesidad de modificar los procesos y las recetas para adaptarlos a factores como el cambio tecnológico y el aumento de la eficiencia operativa, por lo que en los pliegos de condiciones debe preverse cierto grado de flexibilidad y la posibilidad de adaptación de ellos.

En el caso del merkén, en Chile, se observan cambios en las recetas originales por parte de productores más jóvenes, para satisfacer los gustos de los consumidores o porque ciertos recursos asociados con el territorio no tienen

la misma dinámica productiva que la de la demanda (como el ají cacho de cabra, en este caso). En el caso del salame de Colonia Caroya, se observa el reemplazo, en buena parte de la producción, de la carne porcina y vacuna proveniente de crías familiares, por la proveniente de frigoríficos situados en otras provincias del país. Además, la utilización, en la etapa de maduración, de equipos para el enfriamiento del aire en los sótanos y el mantenimiento del mismo en unas condiciones estables permiten la producción durante todo el año, haciendo frente a las variaciones climáticas que se presentan en los diferentes períodos. Ese caso también ilustra la necesidad de imponerse limitaciones en los volúmenes de producción derivados de algunos factores como la infraestructura (el espacio en los sótanos para el secado en el proceso de producción del salame) o el incremento del tiempo de maduración del producto (salame de Colonia Caroya).

Influencia de las características del territorio en el proceso

Una dificultad identificada en varios de los casos es el hecho de que los territorios que cubren una IG o DO son extensos y hay dispersión en la producción, lo que en ocasiones también conlleva trabajar con diferentes administraciones públicas y distintos grupos de productores. Ello se constató en los proyectos del guaraná de Maués (que indica el efecto que tiene en los costos de los procesos), del merkén (en el que se pone el énfasis en la incidencia de este factor en la movilización de los actores, en el logro de acuerdos sobre acciones colectivas y en el aumento de las posibilidades de división de los grupos) y de la mora de Costa Rica y del pallar de Ica (que llaman la atención sobre la dificultad de encontrar en estas condiciones grupos representativos para trabajar la fase de calificación del proceso). De este último proyecto se deriva una recomendación operativa que parece importante rescatar para estas conclusiones generales: cuando se trate de una DO que cubre un territorio grande, con muchos productores y asociaciones, parece prudente y funcional considerar el proceso de implementación en dos tiempos: primero, trabajar con el grupo o los grupos y la región o territorios en los que se den la mejor situación por lo que respecta a la organización, el empoderamiento del instrumento, la presencia de instituciones de apoyo y el conocimiento de la cadena de actores, funciones y relaciones que hacen que el producto llegue a un segmento de mercado en el que tenga un reconocimiento y una buena reputación; segundo, partir de las enseñanzas aprendidas y del efecto demostrativo que se pueda generar con el fin de planificar y desarrollar acciones en otros espacios. En esta estrategia es importante que el núcleo inicial sepa claramente que empiezan un proceso al que posteriormente se unirán otros actores.

Por último, con el caso del pallar de Ica en Perú se identifican sectores que pueden ser claves para la dinamización de la etapa de remuneración de la DO, como la gastronomía y el turismo. En todos los países y regiones la cultura

alimenticia y la gastronomía constituyen importantes agentes de difusión y de promoción sinérgicos para la DO, sobre todo en escenarios donde algunos actores de la gastronomía están interesados en que esta actividad y la comida producto de ella se relacionen con una identidad territorial y cultural.

El acceso al mercado

Tal como la herramienta de IG o DO sirve para identificar, diferenciar y proteger la reputación del producto en el mercado, su uso está directamente vinculado al acceso al mercado y a la percepción de los consumidores. Esto significa que, aunque la comercialización es un aspecto clave de la fase de remuneración, es importante identificar los socios del mercado desde la fase de identificación para construir con ellos la visión del proceso de IG.

Hay muchas situaciones en que los procesos de IG o DO se centran en el apoyo al grupo de productores y la definición del pliego de condiciones y no tienen en cuenta la gran importancia de crear también un vínculo adecuado con el mercado que remunere suficientemente los esfuerzos de los productores.

La necesidad de involucrar a los actores de la comercialización, especialmente cuando los mercados están lejos y no los gestionan los mismos productores, es bien visible en casos como el del pallar de Ica y la mora de Costa Rica. Ese tema es aún más urgente cuando el producto con IG o DO no es el producto final para los consumidores, como es el caso del cacao. ¿Cómo pueden saber los consumidores que el chocolate proviene de cacao con DO? Seguramente el elaborador tiene que formar parte de la estrategia.

La situación de los casos

El tipo de dinámica local determinó bastante el nivel de impacto del proyecto:

- Donde ya existía una dinámica en proceso (salame de Colonia Caroya, en Argentina y del guaraná de los Sateré-Mawé y de los agricultores de Maués, en Brasil), las actividades complementarias del proyecto fueron eficaces y facilitaron los avances;
- Con la identificación, la movilización de los actores locales fue importante y prometedora para seguir un proceso de valorización, mediante la IG u otro sello, como sucedió en el caso del merkén en Chile y en el de la mora de Costa Rica;
- Donde no había dinámica local a pesar de la existencia de la IG, fue difícil movilizar a todos los actores interesados a partir de bases anteriores inadecuadas a la realidad y las necesidades de hoy en día, como sucede con el pallar de Ica, en Perú y el cacao Arriba, en Ecuador.

Utilidad de la metodología del círculo virtuoso

Desde el punto de vista metodológico, se observa que la aplicación del círculo virtuoso de la calidad para la gestión de IG o DO permite, entre otras cosas:

- identificar diferencias de intereses entre los miembros de un grupo, lo que explica sus diferentes posiciones, al mismo tiempo que facilita la llegada a acuerdos entre las partes, sin que necesariamente se eviten tensiones (salame de Colonia Caroya);
- ayudar a resolver una situación donde existen varios procesos en marcha en una misma región, al facilitar el análisis integral de todas las iniciativas y la discusión sobre la mejor estrategia para todos los actores (guaraná de Maués);
- evaluar productos poco reconocidos por el consumidor por su calidad asociada con el origen (mora de Costa Rica);
- identificar problemas o factores limitantes en los procesos productivos, la gestión de la calidad y la organización, entre otros, que es necesario solucionar antes de optar a un reconocimiento del tipo IG (mora de Costa Rica);
- adaptarse para revisar procesos ya desarrollados y activar aquellos que, por diversas razones, se hayan detenido o en los que con la aplicación de una IG O DO no se hubieran obtenido las metas esperadas en la etapa de remuneración, o se encuentren problemas en la fase de sostenibilidad y reproducción (pallar de Ica de Perú).

Así mismo, la aplicación práctica de la metodología muestra que ésta no tiene un carácter lineal ni secuencial, sino que las etapas del círculo se pueden, y a menudo se deben, considerar en paralelo.

Con el proceso participativo aplicado en los diferentes proyectos piloto se propicia el desarrollo y el fortalecimiento de las instituciones públicas y privadas vinculadas con esos procesos, así como la formación y la consolidación de un tejido institucional, tal como se dio, bajo diferentes formas, en los casos del salame de Colonia Caroya, del merkén y del pallar de Ica.

Como resultado de las actividades de capacitación, desarrolladas en los proyectos piloto del pallar de Ica y de la mora de Costa Rica, se concluye que éstas, dirigidas tanto a productores como a otros actores de los procesos de gestión de DO, sobre todo cuando se trata de zonas marginales, no deberían centrarse sólo en los aspectos relacionados con la obtención del registro y su posterior aplicación, si no que tendrían que enmarcarse dentro de un enfoque de desarrollo rural, complementado con aspectos conceptuales y operativos sobre las cadenas, la organización de productores, la gestión de

la calidad y la comercialización, entre otros. Una capacitación integral, como la que se expone, permite que los productores comiencen a ver soluciones a sus problemas de fondo, que van más allá del tema aislado de la DO.

Por otra parte, el análisis de los casos confirma que es preciso visualizar estos procesos con una perspectiva a mediano plazo, que requiere una planificación adecuada, la identificación clara de metas intermedias que mantengan vivo el interés de los actores interesados y la conformación de equipos interinstitucionales e interdisciplinarios, como se expresa y observa en los procesos del salame de Colonia Caroya, del guaraná de Maués y del merkén.

Retos que hay que afrontar

Por último, se identifican los siguientes retos que hay que afrontar:

- Evitar la generación y ampliación de brechas entre productores y/o unidades de transformación, que cumplen con las especificaciones de los pliegos de condiciones, y entre los que no llegan a ellos, teniendo interés en lograr que alcancen las exigencias (salame de Colonia Caroya); en el caso de que las brechas sean muy grandes e importantes y se trate de productos diferentes, puede ser adecuado definir dos procesos independientes de IG.
- Disminuir la dependencia de actores externos a los territorios y las cadenas (mora de Costa Rica y pallar de Ica). La movilización en la fase identificación y el apoyo a la calificación tienen que asociarse a actividades de capacitación y empoderamiento de modo que los actores locales estén en condiciones de seguir adelante con el proceso por ellos mismos.
- Consolidar formas asociativas con capacidad para gestionar una DO considerando los elementos económicos, ambientales, culturales y sociales (merkén y pallar de Ica).

ANEXOS

ANEXO 1

Caso 1. EL SALAME TÍPICO DE COLONIA CAROYA, ARGENTINA

Miércoles 14 de agosto de 2013

Segunda Sección

BOLETIN OFICIAL N° 32.701

11

DON RUKLE S.A.

Inscripta en inspección general de justicia el 16 de junio de 2011 bajo el N° 11702 del L° 55 T° - de Sociedades por Acciones, comunica que por Acta de Directorio de fecha 15/3/13 se fijó la sede social en la Olazábal 1515, piso 13, oficina "B01", C.A.B.A. Autorizado según instrumento privado acta de directorio de fecha 15/03/2013.

Lucila María Cabuli Bengen
T°: 93 F°: 131 C.P.A.C.F.

e. 14/08/2013 N° 61659/13 v. 14/08/2013

"E"

EL CONSEJO DE PROMOCION DE LA INDICACION GEOGRAFICA SALAME TIPICO DE COLONIA CAROYA

El Consejo de Promoción de la Indicación Geográfica Salame Típico de Colonia Caroya, integrado por elaboradores del mencionado producto, con domicilio legal en Avenida San Martín N° 3899 de la localidad de Colonia Caroya de la Provincia de Córdoba y domicilio constituido en Avenida Angel Gallardo N° 1073, piso 8, departamento "A" de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, comunica: Que ha solicitado a la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca el reconocimiento de la Indicación Geográfica "Salame Típico de Colonia Caroya" con el propósito de promover, defender y proteger la actividad y sistema de elaboración desarrollado en la totalidad del territorio que comprende las localidades de Colonia Caroya y Colonia Vicente Agüero.- Que podrán acceder a este reconocimiento todos los elaboradores que cumplan con el protocolo de calidad establecido que incorporándose al Consejo Promotor de la Indicación Geográfica, dentro del área de la Indicación Geográfica.- De conformidad con lo establecido por el artículo 19 de la Ley N° 25.380 modificada por su similar N° 25.966, toda persona física o jurídica que justifique un interés legítimo y estimare que algunos de los requisitos establecidos por la norma no han sido debidamente cumplidos, podrá formular oposición al registro, por escrito y en forma fundada ante la Autoridad de Aplicación dentro de los treinta (30) días siguientes a la presente publicación. Elena Schiavone, autorizada según Nota SAGyP N° 312 de fecha 31 de julio de 2013 emitida en expediente S05:0525221/2013 por el Ing. Lorenzo R. Basso. Secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación que ordenara la publicación a D. Fernando Gabriel Visintín en representación del Consejo Promotor de la Indicación Geográfica del Salame Típico de Colonia Caroya; y Nota de fecha 2 de agosto de 2013 suscripta por éste. Certificada por la Escribana Ira Ida Bizzochhi de Marino, titular del Registro N° 512-San Isidro Córdoba. Legalización del Colegio de Escribanos de la Provincia de Córdoba.

Certificación emitida por: Daniel H. Guastadisegno. N° Registro: 1620. N° Matrícula: 4928. Fecha: 08/08/2013. N° Acta: 123. N° Libro: 15.

e. 14/08/2013 N° 61648/13 v. 14/08/2013

855, Cap. Fed. Autorizado según instrumento privado de fecha 20/04/2013.

Oswaldo Daniel Salandin
Habilitado D.N.R.O. N° 7016

e. 14/08/2013 N° 61637/13 v. 14/08/2013

ENTERTAINMENT HOLDINGS S.A.

Inscripta en la IGJ el 29.11.2012, N° 18857 L° 61 T° - de Sociedades por Acciones, hace saber por un día que por asamblea 29.11.2012 y directorio del 30.11.2012 se ha designado Directorio, el cual ha quedado conformado de la siguiente manera: PRESIDENTE Diego Ezequiel Finkelstein, VICE-PRESIDENTE Daniel Ricardo Elsztain; DIRECTORES TITULARES: Marcelo Fabio Figoli, Gastón Armando Lernoud, DIRECTORES SUPLENTEs Ana Débora Lebensohn, Gabriel Leonardo Del Vecchio Battiman, Fernando Adrián Elsztain y Saúl Zang. Los señores directores fijan los siguientes domicilios especiales: Diego Ezequiel Finkelstein, Marcelo Fabio Figoli, Ana Débora Lebensohn y Gabriel Leonardo Del Vecchio Battiman en Figueroa Alcorta 3221 CABA, el Sr. Daniel Ricardo Elsztain en Bolívar 108 Piso 1 CABA, el Sr. Gastón Armando Lernoud en Moreno 877 Piso 24 CABA, el Sr. Fernando Adrián Elsztain en Moreno 877 Piso 22 y el Sr. Saúl Zang en Florida 537 Piso 18 CABA. Autorizado según instrumento privado Asamblea de fecha 29/11/2012. María Amalia Cruz

T°: 102 F°: 415 C.P.A.C.F.

e. 14/08/2013 N° 61771/13 v. 14/08/2013

ERGO CONSTRUCCIONES S.A.

ERGO CONSTRUCCIONES S.A. inscripto IGJ N° 19615, L° 61, Tomo S.A. 1/8/13. ASAMBLEA N° 2, Foja 6, RENUNCIA PRESIDENTE. Gonzalo Ferrara, DNI 29554382 NUEVO PRESIDENTE: Sebastian SOLER, argentino, soltero, DNI 26157137, nacido 22/8/77, comerciante, domicilio Pacheco 3230 CABA, acepta, constituye domicilio especial en Pasaje Dr. Teodoro Aubain 1855, Piso 2, Depto 9, CABA, sigue DIRECTOR SUPLENTE: Lorena Paula IARIA. Escritura 143, F° 412 Registro 1257, Bs. As. 1/8/13, Escribana autorizada a firmar en escritura. Autorizado según instrumento público Esc. N° 143 de fecha 01/08/2013 Reg. N° 1257

Mónica Banchik de Niedzwiecki
Matrícula: 2570 C.E.C.B.A.

e. 14/08/2013 N° 61868/13 v. 14/08/2013

ESTANCIA CASA DE PIEDRA S.A.

Por acta de Asamblea del 15/04/2013 se eligen autoridades y distribuyen cargos, por vencimiento de plazo: Directores titulares: presidente: José Manuel Brunet, domicilio constituido French 2986, 8° piso, CABA. Roberto Alejandro Hiriart, domicilio constituido Maipú 42, 8° piso, CABA. Director Suplente: Joaquín Alberto Pujol, domicilio constituido Parera 62, 6° piso, CABA. Autorizado según instrumento privado Acta de Asamblea de fecha 15/04/2013.

ANEXO 2

Caso 3. EL MERKÉN, CHILE

Productos alimenticios en proceso de un sello de origen en Chile durante 2013

Zona	Producto en proceso de postulación	Descripción
Norte Grande	Orégano de Putre 	Ubicado en el altiplano de la región de Arica y Parinacota, el pueblo de Putre da sustento a este cultivo que ha sido reconocido y certificado recientemente como un producto de calidad gourmet por los chefs más representativos de la alta gastronomía chilena.
	Maíz de Lluta 	El valle de Lluta, ubicado a 10 km al norte de Arica, es cuna de este cultivo que ha logrado desarrollarse bajo condiciones de estrés, presentando altos niveles de tolerancia a la salinidad y al exceso de boro característicos del suelo de esa zona. Sus mazorcas son cortas, cónicas o cilíndricas, con granos redondos o puntudos, de coloración variable y distribuidos entre 14 y 18 hileras.
Norte Chico	Aceite de oliva extra Virgen del Valle del Huasco 	El valle del Huasco, ubicado en el sur poniente de la región de Atacama, es la cuna de este reputado aceite de oliva elaborado por un numeroso grupo de olivicultores, quienes se sitúan en aquellas tierras regadas con agua del río del mismo nombre.
Centro	Dulces de La Ligua 	Durante el tiempo de la colonia, uno de los principales medios de subsistencia de La Ligua fue la minería del oro, que fue reemplazada a comienzos del siglo XX por el arte textil y la repostería, convirtiéndose ambos en iconos de la ciudad.

Sur	<p>SIPAM Chiloé</p> 	<p>Marca de Certificación que busca distinguir productos tradicionales de la Isla de Chiloé que cumplen con un conjunto de normas para su elaboración.</p>
	<p>Cordero chilote</p> 	<p>El producto conocido como cordero chilote corresponde a la carne de borregos nacidos de ovejas de raza chilota, amamantados con la madre, criados en la provincia de Chiloé, alimentados a base de praderas naturales y con un consumo limitado de alimentos concentrados.</p>
Austral	<p>Cordero magallánico</p> 	<p>El término “Cordero de Magallanes” se aplica a la carne de cordero producida en los planteles de animales bajo certificación oficial de la zona de uso agrícola y ganadero de la región de Magallanes, un programa que permite a los productores acogidos exportar directamente su producción al Mercado Común Europeo.</p>

Fuente: <http://www.sellodeorigen.cl/611/w3-propertyvalue-4580.html> (20 de junio de 2013)

ANEXO 3

Caso 3. EL MERKÉN, CHILE

Preguntas para guiar el análisis de la fase de identificación del merkén que hay que proteger mediante una IG en el Taller de capacitación

Dimensión Histórica (antecedentes de la producción)

Pregunta y posibles respuestas	Información para el Moderador
1. i. Con arreglo a lo que cada uno de ustedes <u>conoce</u> del merkén, ¿Hace cuánto tiempo creen que se elabora? a) Más de 100 años b) Entre 50 y 100 años c) Entre 10 y 50 años d) Menos de 10 años	Comentario La profundidad histórica es un elemento de la relación con el terruño; éste se va construyendo en el curso de la historia, a través de las generaciones de la población local, en su interacción con el espacio geográfico
1. ii. ¿Desde hace cuánto tiempo <u>se elabora el merkén en su comunidad o localidad</u> ? a) Más de 100 años b) Entre 50 y 100 años c) Entre 10 y 50 años d) Menos de 10 años	Explicación El concepto de tradición se define generalmente por una duración determinada. Consideraremos para este caso, más de 50 años, un tiempo que denota tradición.

Vinculación con el terruño – dimensión humana

Pregunta y posibles respuestas	Información para el Moderador
2. i ¿La <u>forma de elaborar el merkén</u> , es parte de las costumbres de su localidad? a) Sí, toda la gente del lugar lo considera un elemento de sus costumbres. b) Sí, algunos lo consideran parte de sus costumbres, pero disminuye a medida que pasa el tiempo. c) No, no lo consideran parte de sus costumbres.	Comentario La “identidad territorial” de un producto significa que forma parte de los hábitos de consumo alimentario, de las tradiciones productivas locales, de festividades locales; todos estos elementos construyen una cultura común que responde a un territorio
2. ii ¿El <u>merkén</u> se asocia a un lugar geográfico específico (identidad territorial)? Si su respuesta es sí, ¿Cuál lugar, qué zona?	
2. iii El merkén, si se elabora en otro lugar geográfico distinto a lo señalado en la pregunta anterior ¿mantiene sus características particulares? a) Sí, ¿Por qué? b) No, ¿Por qué?	

3. ¿Hay algún <u>conocimiento local específico</u> que se utilice en la elaboración del merkén? a) Sí, por qué b) No, por qué	Comentario Examine si hay <u>conocimiento local</u> específico o saber hacer (manejo de las materias primas, forma de elaboración, receta u otros) que contribuyan a la especificidad del merkén, y si hay allí un vínculo con el terruño en su dimensión cultural o humana. Examine el grado de variabilidad del saber hacer local y prácticas en el territorio.
4. ¿Existen en su localidad diferencias en las prácticas de elaboración del merkén en las distintas etapas del proceso de elaboración? <ul style="list-style-type: none"> • ingredientes (receta) • secado/ahumado • tostado • molido a) Sí, cuáles son las diferencias. b) No, ¿Por qué?	
5. En relación a la pregunta anterior, si hay diferencias en las prácticas de elaboración del merkén, ¿el producto final es reconocido como merkén? a) Sí, ¿Por qué? b) No, ¿Por qué?	

Vinculación con los recursos naturales locales

Pregunta y posibles respuestas	Información para el Moderador
La <u>materia prima principal del merkén es el ají</u>	Comentario Estas preguntas examinan el vínculo de la materia prima principal con el terruño en su dimensión física, especialmente en términos de recursos naturales locales. Si se dan distintas respuestas el moderador lo tiene que registrar.
6. i ¿Qué tipo de <u>ají</u> utilizan para la elaboración del merkén?	
6. ii ¿Influye el tipo de ají que usan en la elaboración del merkén? a) Sí, ¿por qué y en qué? Especifíquelo. b) No, no influye, se puede usar cualquier tipo de ají	
6. iii El <u>ají</u> que ustedes usan en la elaboración de merkén ¿De dónde proviene? a) De la misma zona geográfica de elaboración del merkén. b) De la zona donde elaboran el merkén y también fuera de ella. c) De un área geográfica distinta de la zona de elaboración del merkén.	

<p>7. i. <u>Si produce ají</u> para la elaboración del merkén, las condiciones naturales en donde lo cultiva ¿le brindan <u>características específicas a este ají</u>?</p> <p>a) Sí, ¿Cuál? ¿Por qué?</p> <p>b) Sí, pero no es fácil darse cuenta.</p> <p>c) No, para nada.</p>	<p>Comentario</p> <p>Las condiciones naturales (como el suelo, clima, temperatura, planicie, altitud) pueden tener efectos sobre las materias primas, diferenciándola de otras, como por ejemplo, los días de sol, la cantidad de lluvia, etc.</p>
<p>7. ii. El manejo del cultivo del ají, ¿le brinda <u>características específicas a este ají</u>?</p> <p>a) Sí, ¿Cuáles? ¿Por qué?</p> <p>b) Sí, pero no es fácil darse cuenta.</p> <p>c) No, para nada.</p>	
<p>7. iii. La semilla que utiliza para el cultivo del ají es:</p> <p>a. Propia</p> <p>b. Comprada, ¿de dónde proviene?</p> <p>c. Ambas (indicar de dónde proviene la comprada).</p>	<p>Comentario</p> <p>Interesa saber el origen del ají utilizado en la elaboración del merkén. Examine si la variedad del ají usado es adaptado a la zona a lo largo del tiempo al contexto local.</p>

Fuente: Metodología de Identificación de la calidad vinculada al origen y su potencial para el desarrollo; una metodología para realizar inventarios participativos, FAO, 2012.
<http://www.foodquality-origin.org/webtool/es>

ANEXO 4

Caso 3. EL MERKÉN, CHILE

Nombres propuestos para el merkén que hay que proteger, según los Talleres de capacitación.

Talleres de capacitación (octubre 2011)					
Temuco	Villarrica	Angol	Santa Juana	Los Sauces	Cañete
<ol style="list-style-type: none"> 1. "Merkén Araucanía" (3) 2. "Merkén Mapuche" (3) 3. "Mesquien de La Araucanía" (1). 4. "Tañi Avime mesken Catripulli-Perasmo Carahue" (1). 5. "Mesquén Original Mapuche" (1). 6. "Merquén sabor del campo Chileno" (1). 7. "Merkén Origen Mapuche" (2). 8. "Merkén Original Mapuche" (1). 9. "Merkén región de La Araucanía" (2). 10. Merkén de la Araucanía Collín Alto C. Vilcún (1) 11. Merkén de la Araucanía Mapuche (1). 12. Mecheque (1). 13. Merkén especial de origen mapuche (1). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Merkén Mapuche" (29). 2. "Merkén de Liumalla" 3. "Merquén Araucanía" (1). 4. "Merkén Coilaco" (3). 5. "Merkén del territorio Araucano" (1). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Merkén de Nahuelbuta" (2). 2. "Merkén de La Cordillera de Nahuelbuta" (1). 3. "Merkén de la Cordillera de Nahuelbuta de La Araucanía" (2). 4. "Merkén natural de La Cordillera" (1). 5. "Merkén del Sur" (1). 6. "Merkén de las productoras del sector cordillerano de la novena región" (1). 7. "Merkén de IX de los cerros" (1). 8. "Merkén de la zona cordillerana IX Región" (1). 9. "Merkén del centro sur de Chile" (1). 10. "Merkén de la zona Central de la Novena Región Cerro Negro" (1). 11. "Merkén de la cordillera de Nahuelbuta" (5). 12. "Merkén de la cordillera de nahuelbuta Comuna de Angol" (1). 13. Merkén de la Cordillera de Nahuelbuta del sur de la Araucanía de Chile" (1). 14. "Merkén de la Cordillera de Nahuelbuta de La Araucanía" (2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Merkén de Santa Juana" (7). 2. "Merkén las cuatro regiones" (1). 3. "Merkén Sureño" (1). 4. "Merkén protegido de La Octava Región" (1). 5. "Merkén del Sur de Chile" (1). 6. "Merkén de la Octava" (1). 7. "Merkén Valle Hermoso" (1). 8. "Merkén del Purgatorio" (1). 9. "Merkén Dorado de Santa Juana" (1). 10. "Merkén del Bio Bio" (6). 11. "Merkén el buen gusto" (1). 12. "Merkén Mapuche" (1). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Merkén Mapuche Cordillera de Nahuelbuta" (1). 2. "Merkén Mapuche" (1). 3. "Merkén de la Antigua Frontera" (1). 4. "Merkén de la Autonomía Mapuche" (1). 5. "Merkén el único de Santa Magdalena" (1). 6. "Merkén el sabor de mis ancestros" (1). 7. "Merkén especial Pelehuito" (1). 8. "Merkén tradicional mapuche" (1). 9. "Merkén Tren Tren" (1). 10. "Merkén secano interior" (1). 11. "Merkén alimento mapuche" (2). 12. "Merkén de La Araucanía mapuche" (1). 13. "Merkén-Meschkén-Comuna Renaico-IX Región Chile" (1). 14. "Merkén de Parronal Renaico-Chile"(1). 15. "Merkén nuestro mapuche" (1). 16. "Merkén de la Región de La Araucanía" (1). 17. "Merkén del Valle de Angol" (1). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Merkén Valle Elicura" (2). 2. "Merkén del Valle Lorenzo Huaiquivil" (1). 3. "Merkén de Tranaquepe" (1). 4. "Merquén el Amanecer" (1). 5. "Merquén rojo y cilantro tostado" (1).

REPÚBLICA DEL PERÚ**Expediente N° 309793- 2007****RESOLUCIÓN N°****-2007/OSD-INDECOPI****Lima,**

Con fecha 26 de marzo del 2007, ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES DE ICA, GOBIERNO REGIONAL DE ICA, ASOCIACIÓN DE PARCELEROS SAN JUAN-NAZCA y el MINISTERIO DE AGRICULTURA, de Perú, solicitan la declaración de protección como Denominación de Origen de la denominación PALLAR DE ICA, de conformidad con la legislación vigente¹.

1. ANTECEDENTES

El artículo 150° de la Decisión 486, Régimen común sobre Propiedad Industrial, aplicable por mandato del artículo 205° de dicha norma, dispone que vencido el plazo establecido en el artículo 148° del mismo texto legal o si no se hubiesen presentado oposiciones, la oficina nacional procederá a realizar el examen de registrabilidad. En caso se hubiesen presentado oposiciones, la oficina nacional competente se pronunciará sobre éstas y sobre la concesión o denegatoria del registro del signo distintivo mediante resolución.

2. EXAMEN DE REGISTRABILIDAD

2.1 Requisitos de registrabilidad

La Decisión 486 establece en su artículo 201°, que se entenderá por denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.

De conformidad con el artículo 203° de la misma norma, la declaración de protección de una denominación de origen se hará de oficio o a

¹ Decisión 486, artículo N° 204, indica que la solicitud de declaración de protección de una denominación de origen se hará por escrito ante la oficina nacional competente, debiendo indicar:

a) nombre, domicilio, residencia y nacionalidad del o los solicitantes, así como la demostración de su legítimo interés;
b) la denominación de origen objeto de la declaración;
c) la zona geográfica delimitada de producción, extracción o elaboración del producto que se designa con la denominación de origen;
d) los productos designados por la denominación de origen; y,
e) una reseña de las calidades, reputación u otras características esenciales de los productos designados por la denominación de origen.

petición de quienes demuestren tener legítimo interés, entendiéndose por tales, las personas naturales o jurídicas que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto o los productos que se pretendan amparar con la denominación de origen, así como las asociaciones de productores. Las autoridades estatales, departamentales, provinciales o municipales también se considerarán interesadas, cuando se trate de denominaciones de origen de sus respectivas circunscripciones.

En el presente caso, las solicitantes ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES DE ICA, GOBIERNO REGIONAL DE ICA, ASOCIACIÓN DE PARCELEROS SAN JUAN-NAZCA y el MINISTERIO DE AGRICULTURA, han acreditado tener legítimo interés en la protección de la denominación de origen PALLAR DE ICA.

En efecto, la ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES DE ICA y LA ASOCIACIÓN DE PARCELEROS SAN JUAN-NAZCA son personas jurídicas de derecho privado, sin ánimo de lucro, que de acuerdo a sus estatutos representan a un número significativo de agricultores del departamento de Ica, dedicados principal y directamente a la producción del pallar. Asimismo, el GOBIERNO REGIONAL DE ICA, tiene como mandato constitucional promover y regular actividades y/o servicios en materia de agricultura, promoviendo la inversión pública y privada, así como el empleo. Por otro lado, el MINISTERIO DE AGRICULTURA, como organismo administrativo del Poder Ejecutivo, formula y supervisa, en coordinación con los Gobiernos Regionales, las políticas de alcance nacional en materia de reforma agraria; del incremento del área de uso agropecuario y forestal, de conservación y racional utilización de los recursos aguas, suelos forestales y fauna silvestre, de producción y comercialización de productos agrícolas pecuarios, forestal y de fauna silvestre y de desarrollo agroindustrial y supervisar su cumplimiento; de conformidad con los artículos 19° y 29° del Decreto Legislativo 560.

2.2 Marco Conceptual

En el Perú, es el Estado Peruano el titular de las denominaciones de origen y sobre ellas se concederán autorizaciones de uso, de conformidad con lo establecido en el Decreto Legislativo 823, Ley de Propiedad Industrial.

Las denominaciones de origen se definen como el nombre geográfico de un país, región o lugar específico que designa a un producto cuyas características derivan o son atribuibles exclusiva o esencialmente al mediogeográfico del cual procede, incluyendo los factores naturales y los factores humanos. La denominación de origen ha sido calificada como “el prototipo del nombre propiamente geográfico jurídicamente protegido”.²

Siguiendo a García Rojas³, las denominaciones de origen tienen tres funciones:

² Cfr. El Régimen Internacional de Protección de las Indicaciones Geográficas. Documento OMPI/AO/LIM/97/4. Elaborado por la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) con ocasión del seminario nacional sobre protección de las denominaciones de origen llevado a cabo en Lima los días 26 y 27 de agosto de 1997; p.7.

³ GARCÍA ROJAS, Ricardo. La protección de las Denominaciones de Origen Nacionales en el Extranjero: La experiencia de México. Documento OMPI/AO/LIM/97/4 elaborado por la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad

- a) Designar con la denominación geográfica al producto. Esta función consiste en designar al producto con el nombre del territorio o localidad en donde se encuentra ubicada la zona geográfica de producción, es decir, el nombre del producto es el mismo que el de la zona en la que se originó
- b) Indicar o identificar su origen geográfico. Esta función se refiere directamente al origen del producto al cual se asocian las características y calidad de éste. Es decir, se refiere a la zona (país, territorio o localidad) en que ésta ubica la empresa o empresas que extraigan, elaboren o fabriquen el producto que corresponde a la denominación de origen, el mismo que posee calidad y características determinadas por el medio geográfico de la zona de producción, incluidos los procesos de producción y la materia prima.
- c) Prevenir la eventualidad de que la denominación en cuestión se convierta en un genérico. Esta función consiste en prevenir y advertir que la denominación geográfica con la que se designa al producto se convierta en un nombre genérico, siempre que la misma se encuentre protegida como una denominación de origen. El nombre geográfico que designa al producto debe mantenerse en el idioma original.

Lo esencial del concepto de denominación de origen es el vínculo o nexo entre el origen geográfico y las características del producto designado por la denominación. A diferencia de lo que ocurre con una simple indicación de procedencia, que sólo indica un nexo de procedencia geográfica, la denominación de origen conlleva una doble conexión; además de indicar un origen o procedencia geográfica, denota ciertas características o cualidades poseídas por el producto como consecuencia de ese origen o procedencia. La denominación de origen informa al consumidor que el producto designado por ella tiene cualidades particulares que resultan de esa relación entre, de una parte, la tierra y demás condiciones naturales del lugar y, de otra parte, los usos tradicionales aplicados en su producción por los hombres del lugar.⁴

El vínculo cualitativo explicado anteriormente ha llevado a los Estados a justificar una protección especial, autónoma, para las denominaciones de origen, a fin de salvaguardar los intereses de los productores que han generado y mantenido las características particulares del producto y su reputación y prestigio, así como los intereses del público consumidor y de las economías domésticas.

2.3 Prohibiciones de Registro

El artículo 202° de la Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial, por su parte, regula los supuestos en los cuales no se podrá declarar la protección solicitada. De este modo, el mencionado artículo establece que no podrán ser declaradas como denominación de origen, aquellas que:

- a) no se ajusten a la definición contenida en el artículo 201°;

Intelectual (OMPI) con ocasión del seminario nacional sobre protección de las denominaciones de origen llevado a cabo en Lima los días 26 y 27 de agosto de 1997; p.2.

⁴ Cfr. El Régimen Internacional de Protección de las Indicaciones Geográficas (nota 1), p.8.

- b) sean indicaciones comunes o genéricas para distinguir el producto de que se trate, entendiéndose por ello las consideradas como tales tanto por los concededores de la materia como por el público en general;
- c) sean contrarias a las buenas costumbres o al orden público; o,
- d) puedan inducir a error al público sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, o la calidad, reputación u otras características de los respectivos productos.

2.4 Análisis del signo solicitado

Teniendo en consideración lo señalado en los párrafos precedentes, se procedió a realizar el examen del signo solicitado PALLAR DE ICA, del cual se llegó a la conclusión que la solicitud de declaración de la citada denominación cumple con las condiciones para la declaración de protección que se encuentran indicados en el artículo 201° de la Decisión 486, ello en tanto se ha verificado que el producto identificado por la denominación PALLAR DE ICA se produce como consecuencia de la interacción de factores ambientales: suelo, aire, agua, sistema de cultivo, luminosidad, temperatura, los cuales se conjugan en la zona geográfica del departamento de Ica.

Adicionalmente, se encuentra presente el factor humano con el manejo agronómico de las zonas de cultivo del Pallar de Ica por parte de los actuales agricultores, quienes además conservan las prácticas ancestrales desarrolladas desde el período de las Culturas Nazca y Paracas y que se mantienen hasta la fecha, lo cual coadyuva a obtener un producto con características particulares diferenciándose de otros de su misma especie (*Phaseolus lunatus* L.), provenientes de otras ciudades del Perú. Como se advierte, la conexión entre el origen geográfico, los factores naturales y humanos da lugar a un producto de características especiales. Los elementos característicos de este producto son el sabor agradable (dulce), su cáscara delgada (textura), de fácil y rápida cocción, el cual luego de la misma se presenta cremoso y suave.

Por otro lado, el pallar es una planta que tiene una raíz pivotante, tallo de longitud variable, hojas trofoliadas, flores pequeñas de color blanco, de polinización autógena con cierto grado de polinización cruzada. El pallar es una especie perenne aunque comúnmente se le considera anual, polimorfa, por lo que su agrupación en forma y variedades es difícil. Sin embargo, en el caso del Pallar de Ica, los resultados de los estudios genéticos demuestran que los caracteres morfológicos de dicho producto y su sistema genético se expresan de modo diferente a otros granos de pallar.

La denominación PALLAR DE ICA, está conformada por la palabra ICA, que corresponde al departamento del Perú, que está situado en la costa central del territorio peruano. La altura del territorio de Ica oscila entre los 2 msnm (distrito de Paracas, provincia de Pisco) y los 3 976 msnm (distrito de San Pedro de Huacarpana, provincia de Chincha). Sus coordenadas geográficas se encuentran entre 13°01' y 15°26' de Latitud Sur y 74° 42' y 76° 24' de Longitud

Oeste del Meridiano Greenwich. Su extenso litoral abarca principalmente la región de la costa, con relieve poco accidentado y donde solo se observan sistemas de colinas que enmarcan valles y pampas construidas por acumulaciones desérticas.

Se advierte que la producción de pallar se encuentra en el departamento de Ica, en las correspondientes provincias de Palpa, Nazca, Ica, Chincha y Pisco, las cuales están delimitadas entre las siguientes coordenadas geográficas entre 13°01' y 15°26' de Latitud Sur y 74°42' y 76° 24' de Longitud Oeste del Meridiano Greenwich. La mayor producción nacional del pallar proviene del departamento de Ica, la cual oscila entre el 90% a 95% del total.

En el caso del Pallar de Ica, según los estudios realizados por especialistas, los factores naturales y humanos son los que determinan sus características particulares. Estos estudios forman parte de las investigaciones técnicas que se acompañan al presente expediente y son las siguientes:

2.4.1 Factores Naturales

Variedades y características del Pallar

- El pallar es propio de las regiones tropicales y templadas y el origen se encuentra en América, por su variabilidad en el campo. El pallar cuenta con dos pooles génicos mayores: El de semillas grandes originado en los Andes y el de semillas pequeñas, originado posiblemente en Mesoamérica y con mayor distribución en toda América.
- En la Región Ica se cultiva el pallar en sus doce variantes: “Señor de Luren”, “Tipo Generoso”, “Generoso San Javier”, “Generoso de Ica”, “Mediano Guiador”, “Sol de Ica”, “Verde San Camilo”, “Verde Guiador”, “Precoz Mejorado”, “Cuatro Pepas”, “Flor Blanca” y “Serruchito”.
- Detalle de las características del grano de los pallares de Ica:
 - Largo de grano de 1,74 cm a 3,08 cm
 - Diámetro de grano de 1,29 cm a 1,99 cm
 - Espesor del grano de 0,61 cm a 0,81 cm
 - Volumen de 100 semillas de 80 ml a 236 ml
 - Peso de grano de 1,21 g a 2,81 g
 - Color de grano Blanco
 - Forma de grano Redondeado a aplanado (descriptor 5,10, 11,12,13)
 - Fibra de 4,08 % a 5,07 %
 - Grasa cruda de 2,11 % a 3,15 %
 - Carbohidratos de 46,49 % a 57,98 %
 - Proteínas de 16,73 % a 22,72 %
 - Cenizas de 3,44 % a 5,58 %

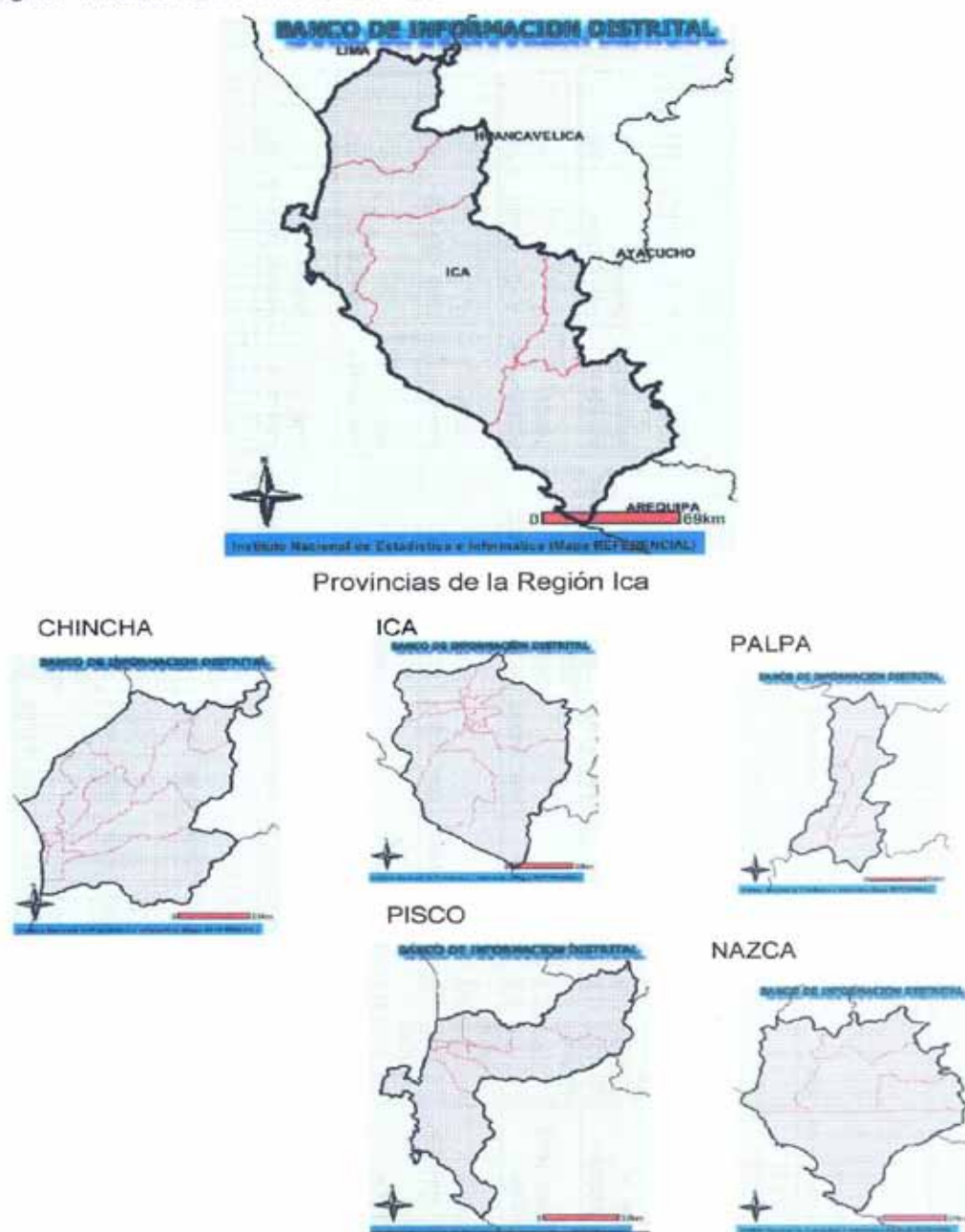
El sabor característico del pallar se debe principalmente a la presencia de la linamarina que es un glucósido cianogénico, potencialmente tóxico

debido que al hidrolizarse forma ácido cianhídrico. El ácido cianhídrico en el Pallar de Ica alcanza un nivel inferior a los 6,7 mg/100g de ese compuesto. En esta cantidad baja de ácido cianhídrico, se explica el sabor del pallar de Ica que sumado a otros efectos que la fotosíntesis que acumula en los cotiledones, determinarían las excelentes características de los pallares de Ica.

Delimitación de la zona productora del Pallar de Ica

El Pallar de Ica es producido en el departamento de Ica, en las provincias de Chincha, Pisco; Ica, Palpa y Nazca, en cuyos valles se cultiva el pallar.

Figura 1. MAPA DE LA REGIÓN ICA



Sin perjuicio de ello, de los estudios técnicos se advierte que algunos valles de las zonas geográficas señaladas destacan por la producción de ciertas variedades. Así tenemos que:

- En la provincia de Chincha, se ubica el valle de Topará a 393 msnm a 13°12'37" Latitud Sur y 76°09'29" Longitud Oeste, así como el valle de Alto Larán a 147 msnm a 13°26'25" de Latitud Sur y 76°04'59" Longitud Oeste, en el cual se produce pallar para consumo en verde de la variedad Serruchito, que tiene vainas grandes con cuatro granos, de excelente aspecto para consumo en estado tierno o legumbre.
- En la provincia de Pisco, se ubica el valle de Huáncano a 1 020 msnm a 13°35'21" Latitud Sur y 75°37'59" Longitud Oeste, el valle de Humay a 398 msnm a 13°43'20" Latitud Sur y 75°53'14" Longitud Oeste, el valle de Independencia a 210 msnm a 13°41'35" Latitud Sur y 76°09'59" Longitud Oeste, los cuales son zonas productoras de pallar de las variedades que se siembran en Ica y Chincha (Generoso de Ica, Señor de Luren y Serruchito), para su consumo y comercialización, en estado tierno o legumbre.
- Las provincias de Chincha y Pisco, abastecen no solamente a los mercados de la capital con pallar "verde", sino también a Ica; debido a que la mayor producción la destinan al consumo en verde para su mercado local.
- Las provincias de Ica, Palpa y Nazca, son las zonas productoras de grano seco, con excelentes cualidades debido a las condiciones agroclimáticas tan particulares. La producción destinada a la exportación es proveniente de estas zonas.
- En la provincia de Ica, encontramos los valles productores de Ica, que son desde el Nor-Este con Huamaní a 598 msnm a 13°53'00" Latitud Sur y 75°39'00" Longitud Oeste, muy cerca de los Molinos; el norte con Salas-Guadalupe, hasta el sur pasando por toda la zona media con San Juan Bautista a 423 msnm a 14°00'41", la Asociación de Agricultores Los Aquijes, pasando por Santiago a 378 msnm a 14°11'08" Latitud Sur y 75°42'52" Longitud Oeste, pasando por Ocucaje hasta Callango a 270 msnm a 14°28'54" Latitud Sur y 75°39'00", donde se obtienen cosechas de pallar con un solo riego de inundación con aguas de avenida. Los rendimientos oscilan entre 1 800 y 2 800 kg/ha.
- Los valles productores de Palpa son desde Santa Cruz a 517 msnm a 14°30'17" Latitud Sur y 75°15'15" Longitud Oeste, pasando por Sacramento, Río Grande, Lipata y Palpa a 348 msnm a 14°32'02" Latitud Sur y 75°11'07" Longitud Oeste, hasta Piedras Gordas a 275 msnm a 14°36'14.8" Latitud Sur y 75°13'11.1" Longitud Oeste, donde se obtienen rendimientos superiores a los 3 500 kg/ha.
- Los valles productores de Nazca son desde Ingenio a 450 msnm a 14°38'42" Latitud Sur y 75°03'28" Longitud Oeste, pasando por San Javier hasta San Juan de Changuillo a 274 msnm a 14°39'35" Latitud Sur y 75°11'27" Longitud Oeste, Vista Alegre a 578 msnm a 14°50'43" Latitud Sur y 74°56'38" Longitud

Oeste, además de la zona de Coyungo a 108 msnm a 14°46'19" Latitud Sur y 75°21'08" Longitud Oeste. El promedio de rendimiento de esta provincia supera con facilidad los 3 500 kg/ha.



Descripción climática

- Los principales factores que influyen en el Pallar de Ica son el suelo, aire, agua, luminosidad y temperatura.
- Los suelos en la región Ica, presentan una textura franco arenoso o franco arcilloso. Los pallares iqueños presentan mejores características si estos son sembrados en suelos franco arcillosos con pH 6.8 a 7.8. A estos suelos se les hace incorporaciones de estiércol a bajas dosis 2t/ha. Son suelos con bajo contenido de materia orgánica.
- Son suelos ligeramente alcalinos, tienen presencia de sales, algunos presentan Calcáreos y bajo en materia orgánica y Calcio. Suelos ligeros con alta saturación de base.

- Los suelos son de profundidad media, textura suave debido a la predominancia de arena y limo con bajo contenido de arcilla. Esta zona se riega principalmente por aguas de pozo o aguas de río.
- Los micronutrientes Cobre, Hierro, Magnesio y Zinc disponibles son muy bajos. Por eso los suelos requieren suministro exógeno de materia orgánica y permanente abonamiento.
- Los agricultores de esta zona tienen muy en cuenta el clima, realizando la cosecha a partir del mes de agosto por las condiciones de vientos que se producen para que puedan ventear sus granos en las eras después de haber apaleado o trillado.
- El agua utilizada en esta zona es buena para el desarrollo agrario de cultivos tolerantes a sales. No se incluye la variable de la precipitación, ya que ésta es escasa o ausente, es por ello, que todos los cultivos que se siembran en la región dependen de fuentes de agua de pozo o de afluentes de río que descienden de las alturas de la sierra.
- Por su escasa precipitación, es un lugar con déficit hídrico, el que se compensa con la alta humedad de la zona.
- En lo referente a la luminosidad es preciso indicar que la cuantificación de las horas de sol es de gran importancia debido a que está directamente relacionada con la capacidad fotosintética de las plantas y esta función determinará la capacidad de producir y almacenar metabolitos y almidones que explican las propiedades especiales de sabor del pallar de Ica, frente a otros pallares producidos en otras localidades.
- En Ica se presenta una mayor actividad fotosintética, debido a la menor cantidad de días nublados. Se refleja que los máximos de luminosidad se alcanzan entre abril y mayo; y un segundo pico en octubre.
- Los valles del sur del departamento de Ica, presentan un clima apropiado para la siembra de este cultivo, siendo éste el que se presenta en los meses de verano y comienzos del otoño, es decir a partir del mes de febrero hasta el mes de abril, donde la temperatura promedio fluctúa entre 24°C a 27°C permitiendo que la germinación de las semillas sea óptima, con un período de emergencia de 6 a 8 días aproximadamente.
- En Ica se presenta mayores temperaturas máximas y del mismo modo menores temperaturas mínimas.
- Las condiciones del entorno ambiental son muy importantes en la expresión de los caracteres bromatológicos.
- En relación con la evaluación realizada sobre el contenido de ácido cianhídrico, observamos que hay diferencias muy notables entre los pallares de otras zonas geográficas, que llegan a contener un 8.1 mg/100g, en

comparación de los pallares de Ica en sus variedades de Generoso y Señor de Luren que alcanzan un 5,4 mg/100 g de ese compuesto. En esta cantidad baja de ácido cianhídrico, se explica el sabor del Pallar de Ica y que sumado a otros productos de la fotosíntesis que acumula en los cotiledones, determinarían las excelentes características del Pallar de Ica, frente a los producidos en otras localidades.

2.4.2 Factores Humanos

El proceso de producción: La técnica

Las técnicas de cultivo empleadas por los agricultores actualmente son las siguientes:

- Los agricultores de las provincias de Ica, Palpa y Nazca, tienen pleno conocimiento de las zonas o sectores donde se produce el pallar, diferenciando las zonas en alta, media y baja de cada valle, con un calendario de siembras que siguen la secuencia del clima.
- La mejor época de siembra se encuentra entre los meses de febrero y abril por condiciones agroclimáticas y presencia de menores problemas fitosanitarios. Siembras posteriores o anteriores a lo indicado van a significar disminución en su rendimiento.
- La preparación del terreno consiste en efectuar un arado seco y húmedo hasta dejarlo bien mullido y nivelado.
- La desinfección de la semilla, consiste en protegerla en forma preventiva de hongos e insectos fitopatógenos, de ser con un fungicida y luego con un insecticida.
- La fertilización, consiste en aumentar la capacidad productiva del suelo, para proporcionar los nutrientes a las plantas.
- La época de siembra influye en el número de riegos necesarios. La frecuencia depende del tipo de suelo, podrían ser riegos distanciados en 18 días en promedio.
- El número de riegos e intervalos de los granos dependen del clima, tipo de suelo y época de siembra. En general, en siembras tempranas de comienzos de febrero se pueden realizar hasta 5 riegos, pero en siembras posteriores, que son las más apropiadas (15 de febrero al 15 de abril) 3 a 4 riegos son suficientes.
 - A los 25 – 30 días de edad (un riego para el desarrollo vegetativo)
 - Antes de la floración (un riego en la fase productiva)
 - En el cuajado y llenado de vainas (dos riegos)
- Para el desarrollo vegetativo las plantas necesitan climas templados como los del otoño, donde el área foliar se desarrolla en forma normal y eficiente,

limitando el incremento de ciertas plagas, generalmente de hasta el mes de mayo donde el cultivo empieza el proceso fonológico de floración, para el posterior cuajado y llenado de granos donde se requieren climas promedio de 18°C de temperatura.

- Respecto a la cosecha es preciso indicar, que el momento adecuado para realizarla es cuando las plantas adquieren el color pajizo típico y las vainas están secas pero no tan quebradizas, cuando el grano está destinado para semilla que requiere verificar una total madurez fisiológica en el campo.
- La cosecha se realiza a partir del mes de agosto por las condiciones de los vientos que se producen para que puedan ventear sus granos. Los agricultores de esta zona tienen muy en cuenta el clima, realizando la cosecha a partir del mes de agosto por las condiciones de vientos que se producen para que puedan ventear sus granos en las eras después de haber apaleado o trillado.
- Para los agricultores, es muy importante observar las fases de la Luna, en la etapa de siembra y cosecha. Para la siembra tienen la idea, desde tiempos ancestrales, que si ésta no se realiza en la etapa de cuarto creciente o luna llena, la germinación es deficiente y no la apropiada. Para la cosecha, tiene que ser la misma fase, ya que se tiene la creencia de que al guardar el grano se pica o se malogra, al igual que el grano no tiene un buen color brillante, perdiendo calidad.
- La recolección es manual arrancando las vainas por la mañana y colocándolas en canastas, jabas o costales para transportarlas a la “era” donde permanecerá unos días hasta completar el secado adecuado para efectuar una buena trilla.
- La trilla depende del objetivo del grano: consumo o semilla. Puede ser mecánica para el consumo. Cuando el objetivo es semilla, para no dañar la trilladora que siempre produce rajaduras o rompimientos, la trilla debe ser manual.

El proceso de selección

La singularidad del Pallar de Ica se remonta a la época de las Culturas Nazca y Paracas, desarrolladas en el actual departamento de Ica, desde donde muy probablemente se extendió a otras zonas del país, donde no logró su desarrollo óptimo debido a la carencia de factores ambientales y humanos idóneos.

Los actuales agricultores del departamento de Ica son herederos de los conocimientos ancestrales de producción del Pallar de Ica, el cual es fundamental para una producción óptima y que les otorga la capacidad de producirlo con una alta calidad, lo cual se sustenta en los vestigios encontrados en huacos y figuras iconográficas que sirven para demostrar que la tradición del cultivo del pallar es muy antigua.

Esta tradición consiste en que los antiguos pobladores debieron ir seleccionando de los pallares más oscuros, las formas más claras y que normalmente poseen menor contenido de linamarina (La linamarina es uno de los tantos compuestos que está disponible para que la planta lo convierta en ácido cianhídrico).

En efecto, estas formas más claras son más apetitosas, debido a que buena parte del amargor es por el mayor contenido del metabolito indicado. El ácido cianhídrico en el Pallar de Ica alcanza un nivel inferior a los 6,7 mg/100g de ese compuesto. En esta cantidad baja de ácido cianhídrico, se explica el sabor del Pallar de Ica que sumado a otros efectos que la fotosíntesis que acumula en los cotiledones, determinarían las excelentes características del Pallar de Ica. Este proceso se logró por medio de la selección artificial hecha por los antiguos pobladores, que fueron concentrando las variantes genéticas claras, menos amargas, de granos más grandes y con caracteres de almidones que se modifican de una manera particular durante la cocción, dando una textura y sabor como el que tienen esos pallares. Por tanto, la selección fue consecuencia de acciones humanas lo cual revela la presencia de este factor. En efecto, cuando se observan los pallares encontrados en las tumbas de nuestros antepasados, en las representaciones textiles, iconografía o en la orfebrería, son más pigmentados, más oscuros, de tamaño más pequeño, etc. Por tanto, al contrastarlos con las formas actuales, se puede demostrar que si hubo aporte de los habitantes de entonces.

La combinación de dichas técnicas, que son tradiciones de cultivo, consisten en la experiencia y el conocimiento de seleccionar y sembrar el pallar, con las técnicas agronómicas que actualmente emplean los agricultores de Ica, las cuales han sido mejoradas a partir de la introducción de modernas tecnologías en riego y preservación de las semillas; son los factores que contribuyen a la calidad del Pallar de Ica.

En conclusión, las características que singularizan al Pallar de Ica se deben no a una variación genética, sino a la influencia de una serie de factores medioambientales, tales como la composición química de los suelos (franco arenosos, de textura ligera o ligeramente alcalinos) y el agua (de salinidad media a media alta), la estabilidad climática (clima seco, templado y semicálido), la luminosidad solar (factor natural), combinados con el conocimiento agronómico de los agricultores, sumado a la tradición de las técnicas de cultivo heredadas (factor humano). Todos estos factores confluyen en los valles productores del departamento de Ica.

2.5 Conclusión

La solicitud presentada cumple con los requisitos previstos en el artículo 201°, 203° y 204° de la Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial y no se encuentra comprendida en las prohibiciones señaladas en el artículo 202° del dispositivo legal referido.

La presente resolución se emite en aplicación de las normas legales antes mencionadas y en uso de las facultades conferidas por los artículos 31° y 33° de la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual INDECOPI sancionada por Decreto Ley 25868, concordante con el artículo 4° del Decreto Legislativo 823, Ley de Propiedad Industrial.

3. RESOLUCIÓN DE LA OFICINA DE SIGNOS DISTINTIVOS

PRIMERO.- DECLARAR la protección de la denominación de origen PALLAR DE ICA, que distingue las siguientes variedades de pallar: “Señor de Luren”, “Tipo Generoso”, “Generoso San Javier”, “Generoso de Ica”, “Mediano Guiador”, “Sol de Ica”, “Verde San Camilo”, “Verde Guiador”, “Precoz Mejorado”, “Cuatro Pepas”, “Flor Blanca” y “Serruchito” e INSCRIBIR la misma en el Registro de Denominaciones de Origen de la Propiedad Industrial.

SEGUNDO.- La zona geográfica delimitada para el cultivo y producción del producto comprende las provincias de Chincha, Pisco, Ica, Palpa y Nazca las cuales están delimitadas entre las coordenadas geográficas 13°01' y 15°26' de Latitud Sur y 74°42' y 76°24' de Longitud Oeste del Meridiano Greenwich. En cada una de estas provincias se identifican los siguientes valles de producción:

- **Chincha:** Los valles de Topará y Alto Larán.
- **Pisco:** Los valles de Huáncano, Humay e Independencia.
- **Ica:** Los valles de Huamaní, Los Molinos, Salas-Guadalupe, San Juan Bautista, Asociación de Agricultores Los Aquijes, Santiago, Ocucaje y Callango.
- **Palpa:** Los valles de Santa Cruz, Sacramento, Río Grande, Llipata, Palpa y Piedras Gordas.
- **Nazca:** Los valles de Ingenio, San Javier, San Juan de Changuillo, Vista Alegre y Coyungo.

La altitud para la producción del PALLAR DE ICA, tiene como punto más bajo en los 108 msnm en el valle de Conyugo en la provincia de Nazca y llega hasta los 1 020 msnm, en el valle de Huáncano en la provincia de Pisco, como punto más alto de producción.

TERCERO.- El PALLAR DE ICA, se caracteriza por ser un producto de sabor agradable (dulce), de cáscara delgada (textura), de fácil y rápida cocción, el cual luego de la misma se presenta cremoso y suave. La dulzura característica del producto PALLAR DE ICA, se debe a su menor contenido de ácido cianhídrico. En este bajo contenido de ácido cianhídrico, se explica el sabor del Pallar de Ica que sumado a otros efectos que la fotosíntesis acumula en los cotiledones, determinan las excelentes características del Pallar de Ica.

CUARTO.- El producto PALLAR DE ICA es el resultado de la conocimiento de las prácticas culturales desarrolladas desde el período de las Culturas Nazca y Paracas, que se mantienen hasta la actualidad y contribuyen en la obtención de un producto con características particulares que se diferencian de otros de su misma especie (*Phaseolus lunatus* L.).

QUINTO.- La vigencia de la declaración de protección de la denominación de origen estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron, las mismas que se detallan en la presente resolución.

Regístrese y Comuníquese.

Miguel Ángel Sánchez del Solar Quiñones
Jefe de la Oficina de Signos Distintivos
INDECOPI

AV./GV.

ANEXO 6

Caso 4. EL PALLAR DE ICA, PERÚ

Afiche informativo de la DO Pallar de Ica



USO DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN

PALLAR DE ICA

¿Qué entendemos por denominación de origen?

La DO es el nombre con el que se identifica un producto especial. Este nombre hace referencia no solo al producto sino también donde se produce o elabora. Es el caso del Pallar de Ica. Este producto con DO tiene características propias, que lo hacen único debido a la zona geográfica, sea por factores naturales (el clima, el tipo de suelo, etc.) como por factores humanos (particular forma de elaboración o de cultivo por los hombres y mujeres de esa zona). El registro de una DO no implica una apropiación del producto. El pallar por ejemplo, puede sembrarse en otras zonas del país, pero el pallar identificado con la DO Pallar de Ica, solo puede cultivarse en Ica.



¿Quiénes pueden usar la DO Pallar de Ica?

Pueden usar la DO Pallar de Ica, todas las personas que se dediquen a la producción de pallar en el departamento de Ica, y que cumplan con los requisitos establecidos en la resolución de protección de la DO.

Para poder usar la DO Pallar de Ica, se requiere contar con una autorización de uso.

Para mayor información revisar Resolución N° 020525-2007/OSD-INDECOPI en www.indecopi.gob.pe



¿Quien entrega las Autorizaciones de Uso de la DO Pallar de Ica?

Recordemos que el titular de las DO, es el Estado Peruano. Por ello, las Autorizaciones de Uso son otorgadas por la Dirección de Signos Distintivos de INDECOPI.

Cuando se conforma el Consejo Regulador de una DO, esta asociación es responsable de controlar la calidad del producto y mejorar su llegada al mercado. cuando el consejo regulador cumple con ciertas exigencias, el INDECOPI le puede delegar que ellos entreguen la Autorización de Uso.



¡El Pallar de Ica es único en el mundo!

¡Para lograr el éxito de la DO Pallar de Ica, necesitamos trabajar juntos y organizados!



Para más información llamar:
INDECOPI: 056-210625
Agencia Agraria Palpa: 056-404069

APUNTES TRABAJADOS POR LOS PRODUCTORES

1- COMO ENTIENDES LA DENOMINACION DE ORIGEN

La Denominación de Origen es un apéndice que a una zona, producto que se produce en ella, se le da para poder saber realmente que es un producto.

CON LA DENOMINACION DE ORIGEN QUEDA REGISTRADO QUE EL PALMAR ES NETAMENTE LUGUENO

- es una herramienta de trabajo para los agricultores que buscan el cultivo de palmar.
- El productor el lugar de origen del palmar puede ser el mismo y el producto tenga los valores.
- para el establecimiento de palmar para obtener un buen precio en el mercado.

2- A QUE HACE REFERENCIA LA DENOMINACION DE ORIGEN

- COLOR BLANCO
- CALIDAD
- SABOR
- NUTRICION
- TEXTURA
- FORMA
- CALIDAD DE SUELOS
- CLIMA
- AGUA DULCE

3- CARACTERISTICAS ESPECIFICAS DEL PALMAR

- TAMAÑO
- SABOR, COLOR
- TEMPERATURA
- ZONA APROPIADA POR EL CLIMA
- SUELOS APROPIADOS
- AGUA DULCE

4- CUALQUIERA PUEDE HACER USO DE LA D.O

- NO, Porque no es de la misma calidad que el de Ica.
- No, Porque tiene que estar asociado a el cultivo de palmar.
- Porque tiene que ser una Asociación o Sociedad.
- Tiene que ser agricultor que produce palmar.
- Tiene que Agricultor de la zona.

5- AUTORIZACIONES DE USO

- INDECODI DA EL PERMISO
- CONSEJO Regulador tiene que coordinado con INDECODI, para que se cumplan las normas
- Tiene que cumplir con todos los requisitos
- Se mita certificada.

6- CONSEJO REGULADOR

- Es el que tiene que regular el proceso para la siembra, la venta.
- Que tenga buena calidad.
- Vale por los intereses de los agricultores, esta organizada.
- Tiene que tener las buenas prácticas agrícolas.
- Tiene que representar a todos los agricultores que siembran palmar.

ANEXO 7

Caso 4. EL PALLAR DE ICA, PERÚ

Prácticas de manejo que aportan la calidad específica al pallar de Ica con DO y propuesta de Plan de control para el pallar de Ica

Metodología para la identificación de prácticas de manejo que aportan la calidad específica y elaboración del plan de control.

Se revisó y ordenó la información contenida en la resolución de la DO Pallar de Ica, en la sección referente a la técnica del proceso de producción, para conocer el marco jurídico y las características estipuladas a partir de los cuales se podría trabajar en la elaboración del plan de control.

Con la finalidad de precisar los aspectos típicos de la técnica utilizada durante el proceso del cultivo del pallar de Ica, se propuso realizar un trabajo de campo con las dos asociaciones de productores con los que se ejecutó el caso piloto, a saber, San Juan de Changuillo y Piedras Gordas. Habida cuenta de que los sistemas de producción difieren en función de las zonas de producción, se incluyó también la localidad de Ocucaje.

El trabajo de campo con las asociaciones de San Juan de Changuillo y Piedras Gordas se realizó en dos etapas: en primer lugar, se hizo una entrevista a seis personas claves (14 de noviembre de 2011) y se procesó la información recogida; en segundo lugar, dicha información se compartió y validó en una reunión con 16 productores (San Juan de Changuillo, 10 de diciembre de 2011). En Ocucaje, solamente se realizó una entrevista con dos personas claves (Sr. Elias Aparcana y Hubert Aquije, el 14 de noviembre de 2011).

Resultados

A continuación, se presenta un cuadro con las prácticas de manejo agronómico que aportan la calidad específica al pallar. Estas prácticas corresponden al proceso de producción y manejo postcosecha del cultivo del pallar en las localidades de San Juan de Changuillo – Piedras Gordas, por una parte, y Ocucaje, por otra.

	San Juan de Changuillo Piedras Gordas	Ocucaje
Preparación del terreno	El arado, nivelado, rayado para machaco, arado y surcado para la siembra se realiza de forma mecanizada.	Se cultiva en pozas (de alrededor de 1,5 m de profundidad). Se realiza un único riego para la preparación del terreno. Se llenan las pozas de agua y se deja que el agua se filtre.
Siembra	Se realiza entre los meses de febrero y marzo. La semilla es propia del lugar y cada agricultor realiza la selección de semillas de su propia cosecha. Los productores intercambian sus semillas. Se siembran principalmente las variedades 1548 mejorado y Señor de Luren.	Se realiza entre los meses de febrero, marzo y abril. La semilla que utilizan es propia de la zona. Las variedades que se cultivan son Variedad Precoz, 1548, y Criollo Se cultivan en forma asociada las dos variedades precoz y 1548. En algunos casos intercambian semilla, pero dentro de la zona de Ocucaje
Manejo del cultivo	Realizan un abonamiento al suelo con guano de corral. Realizan abonamiento foliar. Realizan abonamiento con fertilizantes sintéticos (para el aporte de nitrógeno, fósforo y potasio). El riego se realiza por gravedad en surcos.	Como el sistema de siembra es en pozas, no se realizan riegos, si hay disponibilidad de agua, el cultivo se riega una vez más (agua de Choclococha). Se realiza abonamiento foliar.

<p>Cosecha y postcosecha</p>	<p>La época de cosecha es de agosto a octubre.</p> <p>Se realiza de tres formas:</p> <p>a) Se deja que las vainas se sequen en las plantas. Cuando las vainas se están volviendo amarillas se corta la planta con lampa o segadera o se extrae a mano. Se dejan secar las plantas de 15 a 20 días. Se recogen las plantas con horquetas (herramienta de madera especial para este fin) y se acumulan en las eras, sobre mantas. La trilla se realiza de forma manual, se golpean (palean) las plantas con las horquetas de madera. Esta actividad se realiza al medio día, aprovechando la mayor hora de sol y calor. Se ventea el pallar, a partir de las 15.00, y después se mete en sacos de 70 kg a 80 kg.</p> <p>b) Se deja que las vainas se sequen por completo en las plantas. Los cosechadores entran en el campo y sólo recogen las vainas secas, que amontonan en la era (sobre mantas). Se utiliza un trilladora mecánica para separar la paja del grano.</p> <p>c) Se deja que las vainas se sequen por completo en las plantas. Los cosechadores entran en el campo y sólo recogen las vainas secas, que amontonan en la era (sobre mantas). Se deja secar al sol las vainas, para trillarlas a continuación manualmente golpeándolas con la horqueta. Se ventea por la tarde, aprovechando la hora de mayor viento.</p>	<p>Se deja que las vainas maduren y se sequen en la planta. Matan las plantas con lampa y dejan que las plantas se sequen totalmente. Recogen las plantas y las amontonan sobre mantas (de 20x30 m o de 20x20 m), utilizando horquetas, hasta una altura de entre 1,8 m y 2 m. Aprovechando el calor, entre las 12 del medio día y las 14.00, el tractor pasa dos veces sobre las plantas. Realiza una primera pasada, después las plantas se voltean con la horqueta, se deja que las plantas se calienten al sol por unos minutos, y seguidamente el tractor pasa por segunda vez sobre las plantas. Manualmente se retiran las plantas (matas) con horqueta y se amontonan en otro lugar, dejando los granos de pallar ya trillado.</p> <p>Se ventea el pallar utilizando la lampa de madera (herramienta de una sola pieza de madera de sauce, de peso liviano, tallada a mano). Esta actividad se realiza entre las 15.00 y las 17.00, por ser las horas de mayor viento, y con ello se termina de separar la paja del grano.</p>
-------------------------------------	--	--

Clasificación para la venta	La clasificación de los granos de pallar es manual. Al momento de clasificar se elimina el descarte. Lo clasificado puede ser comercializado junto o reclasificado en primera y segunda. Se comercializan todas las variedades juntas.	La clasificación de los granos de pallar es manual utilizando zarandas Se comercializan todas las variedades juntas.
------------------------------------	--	---

Propuesta de Plan de control

Esta propuesta de Plan de control es el resultado del trabajo realizado únicamente con los productores de la Asociación San Juan de Changuillo.

Los productores de esta asociación tienen la intención de solicitar la autorización de uso de la DO Pallar de Ica, de forma colectiva directamente al INDECOPI.

Considerando además que la constitución, la consolidación y la puesta en marcha del Consejo Regulador requerirá más tiempo, el plan de control trabajado con los productores considera que el responsable del control estará a cargo de un Comité de Control de la Asociación San Juan de Changuillo, mediante la implementación de un Sistema de Control Interno.

Asimismo, se acordó con los productores que para algunas de las características se llevarán cuadernos de control, donde se registren los puntos críticos del proceso que reflejen lo indicado en el pliego de condiciones. Esto es lo que se denomina "autocontrol" en el Cuadro que sigue a continuación.

Cuadro: Propuesta del Plan de control para el Pallar de Ica

Característica	Método de control	Responsable del control
Siembra		
Se realiza entre los meses de febrero y marzo	Visual	Comité de Control de la Asociación
Semilla propia del lugar Cada agricultor realiza una selección de su cosecha y puede intercambiarla con otros productores	Registro de intercambio o tenencia de su propia semilla	Comité de Control de la Asociación
Siembran principalmente las variedades 1548 mejorado y Señor de Luren.	Declaración del productor que identifique la variedad de semilla	Comité de Control de la Asociación
Manejo del cultivo		
Realizan un abonamiento al suelo con guano de corral	Cuaderno de campo	Comité de Control de la Asociación Autocontrol
Realizan abonamiento foliar	Cuaderno de campo	Comité de Control de la Asociación Autocontrol

Realizan abonamiento con fertilizantes sintéticos (para el aporte de nitrógeno, fósforo y potasio)	Cuaderno de campo	Comité de Control de la Asociación Autocontrol
El riego se realiza por gravedad en surcos	Inspección visual	Comité de Control de la Asociación

Cosecha y postcosecha

Se realiza entre los meses de agosto y octubre	Visual	Comité de Control de la Asociación
a) Se deja que las vainas se sequen en las plantas. Cuando las vainas se están volviendo amarillas se corta la planta con lampa o segadera, o se extrae a mano. Se dejan secar las plantas de 15 a 20 días. Se recogen las plantas con horquetas y se acumulan en las "eras" sobre mantas. La trilla se realiza de forma manual, a medio día, golpeando las plantas con las horquetas de madera. Se ventea a partir de las 15.00, y se mete en sacos de 70 kg a 80 kg.	Inspección visual Cuaderno de campo	Comité de Control de la Asociación Autocontrol
b) Se deja que las vainas se sequen por completo en las plantas. Se recogen sólo las vainas secas, y se amontonan en la era sobre mantas. Se utiliza una trilladora mecánica para separar la paja del grano.	Inspección visual Cuaderno de campo	Comité de Control de la Asociación Autocontrol
c) Se deja que las vainas se sequen por completo en las plantas. Se recogen sólo las vainas secas, y se amontonan en la era sobre mantas. Se dejan secar las vainas al sol y se trilla manualmente golpeándolas con horqueta. Se ventea por la tarde.	Inspección visual Cuaderno de campo	Comité de Control de la Asociación Autocontrol

Clasificación y comercialización

La clasificación de los granos de pallar es manual.	Inspección visual Cuaderno de campo	Comité de Control de la Asociación Autocontrol
En la clasificación se elimina el descarte, y lo clasificado puede ser comercializado junto o reclasificado en primera y segunda.	Inspección visual Medición por calidad Cuaderno de campo	Comité de Control de la Asociación Autocontrol
Se comercializan las variedades juntas	Visual	Comité de Control de la Asociación

Conclusiones

- a) A partir de la Resolución N° 020525 – 2007 /OSD-INDECOPI, sobre la DO Pallar de Ica, se ha precisado con los productores de la Asociación San Juan de Changuillo una propuesta de plan de control de sus prácticas agronómicas y características técnico productivas del cultivo que confieren especificidad al producto con DO. De este trabajo se destacan los siguientes aspectos:
- Entre éstas se ha precisado que las variedades que se cultivan, “1548 mejorado” o “generoso de Ica” y “Señor de Luren”, son sólo dos de las 12 que comprende la resolución de referencia.
 - Respecto del manejo de la cosecha y postcosecha, se admiten tres formas diferentes (descritas en la propuesta de Plan de control) de realizar esta labor. Estas características guardan concordancia con el marco jurídico establecido por la Resolución de la DO Pallar de Ica, que menciona estas prácticas de forma más general.
 - Definición del momento de siembra, entre febrero y marzo, y de cosecha, entre agosto y octubre.
- b) Por otra parte, aunque no forma parte del marco de la resolución, la Asociación San Juan de Changuillo clasifica su producto de forma manual, en función de lo que les pide el intermediario. Comercializan el producto seco, sin diferenciar variedades, lo que evidencia que ni ellos, ni el consumidor distinguen entre estas dos variedades en el producto final.
- c) Se desconoce en qué medida específica cada práctica agronómica confiere las características de especificidad del producto con DO. Esta información no se encuentra explicitada en la resolución de la DO. Según dicha resolución las características particulares del pallar de Ica son el resultado de factores ambientales (suelo, aire, agua, luminosidad y temperatura) de la zona geográfica del Departamento de Ica y factores humanos (tradición en el manejo agronómico y conocimiento de prácticas culturales de las culturas Nazca y Paracas).

Recomendaciones

- a) Concluir el proceso de revisión y validación de la información recogida con un mayor número de productores en la localidad de Ocucaje, ya que en esta zona se realizan actividades de manejo del cultivo diferentes a las demás zonas de producción (Ica y Palpa).
- b) Considerando además que la DO Pallar de Ica es para el pallar de toda la región de Ica, se recomienda replicar este trabajo realizado con los productores de la Asociación Sn Juan de Changuillo con productores de las demás zonas productivas de la región, incluso dentro de las provincias de Palpa y Nazca, que son similares a las condiciones de los productores con que se trabajó en este estudio. Se sugiere por lo tanto, realizar talleres

con productores de estas otras zonas, para validar este instrumento con ellos o adaptarlo a sus condiciones.

- c) Para que el INDECOPI pueda otorgar autorizaciones de uso para el pallar de Ica a todos los productores que las soliciten debe identificar y definir las instituciones que realizarán la certificación de las características consideradas en la resolución de la DO.
- d) Los productores de la Asociación San Juan de Changuillo implementarán BPA desde inicios del 2012 con la finalidad de mejorar aspectos productivos del cultivo de su pallar. Como parte de este trabajo, los productores elaborarán su propio manual de BPA para el cultivo del pallar. Al realizar esta tarea, se recomienda que este manual incorpore también los aspectos considerados en el plan de control trabajados como parte de este proyecto, para que exista una concordancia entre el mismo y las prácticas de BPA, lo cual potenciará la implementación de la DO.

Listado de Apéndices

Apéndice N° 1 : Proceso de producción del cultivo del pallar de Ica, mencionado en la Resolución N° 020525 – 2007 /OSD-INDECOPI

Apéndice N° 2 : Colección fotográfica del proceso de producción del cultivo del pallar

**Proceso de producción del cultivo del pallar de Ica, mencionado
en la Resolución N° 020525 – 2007 /OSD-INDECOPI
Extracto de la Resolución de la Denominación de Origen Pallar de Ica**

ETAPAS	DESCRIPCIÓN
Preparación del terreno	<ul style="list-style-type: none"> • La preparación del terreno consiste en efectuar un arado en seco y húmedo hasta dejarlo bien mullido y nivelado.
Siembra	<ul style="list-style-type: none"> • Los agricultores de las provincias de Ica, Palpa y Nazca tienen pleno conocimiento de las zonas o sectores donde se produce el pallar, diferenciando las zonas en alta, media y baja de cada valle, con un calendario de siembras que siguen la secuencia del clima. • La mejor época de siembra es el período comprendido entre los meses de febrero y abril por las condiciones agroclimáticas y la menor presencia de problemas fitosanitarios. La siembra posterior o anterior a dicho período dará lugar a una disminución del rendimiento. • La desinfección de la semilla consiste en protegerla de forma preventiva de hongos e insectos fitopatógenos, a ser posible con un fungicida y, posteriormente, con un insecticida.
Manejo del cultivo	<ul style="list-style-type: none"> • La fertilización consiste en aumentar la capacidad productiva del suelo para proporcionar los nutrientes a las plantas. • La época de siembra influye en el número de riegos necesarios. La frecuencia depende del tipo de suelo, se podrían efectuar con una periodicidad media de 18 días. • El número de riegos e intervalos de los granos dependen del clima, del tipo de suelo y época de siembra. En general, en siembras tempranas de comienzos de febrero se pueden realizar hasta cinco riegos, pero en siembras posteriores, que son las más apropiadas (del 15 de febrero al 15 de abril) son suficientes de 3 a 4 riegos. <ul style="list-style-type: none"> - A los 25 – 30 días de edad (un riego para el desarrollo vegetativo) - Antes de la floración (un riego en la fase productiva) - En el cuajado y llenado de vainas (dos riegos) • Para el desarrollo vegetativo las plantas necesitan climas templados como los del otoño, donde el área foliar se desarrolla de forma normal y eficiente, limitando el incremento de ciertas plagas, generalmente hasta el mes de mayo donde el cultivo empieza el proceso fenológico de floración, para el posterior cuajado y llenado de granos donde se requieren climas promedio de 18°C de temperatura.

Cosecha y postcosecha	<ul style="list-style-type: none"> • Respecto a la cosecha es preciso indicar que el momento adecuado para realizarla es cuando las plantas adquieren el color pajizo típico y las vainas están secas pero no tan quebradizas, cuando el grano está destinado para semilla es preciso verificar una total madurez fisiológica en el campo. • La cosecha se realiza a partir del mes de agosto ya que las condiciones de los vientos permiten ventear los granos en las eras después de haberlos apaleado o trillado. • Para los agricultores es muy importante observar las fases de la Luna en la etapa de siembra y cosecha. En el caso de la siembra, desde tiempos ancestrales tienen la idea de que si ésta no se realiza en la etapa de cuarto creciente o luna llena la germinación es deficiente y no la apropiada. En el caso de la cosecha, tiene que ser la misma fase, ya que se cree que al guardar el grano se pica o se malogra, al igual que el grano no tiene un buen color brillante, perdiendo calidad. • La recolección es manual, las vainas se arrancan por la mañana y se colocan en canastas, jabas o costales para transportarlas a la "era" donde permanecerán por unos días hasta completar el secado adecuado para efectuar una buena trilla. • La trilla depende del destino que se quiere dar al grano: consumo o semilla. Puede ser mecánica para el consumo. En cambio, si el uso es para semilla, a fin de no dañar la trilladora que siempre produce rajaduras o rompimientos, la trilla debe ser manual.
Clasificación para la venta	Nota: la resolución no indica nada a este respecto.

Colección fotográfica del proceso de producción del cultivo del pallar

<p>Semillas propias: Selección de las mejores semilla para el intercambio</p>	
<p>Siembra</p>	
<p>Herramientas de madera apropiadas para la cosecha: Horqueta y lampa de madera utilizadas en el venteo del pallar</p>	
<p>Secado de plantas en el campo</p>	
<p>Trilla</p>	
<p>Clasificación manual</p>	

Productores de la Asociación San Juan de Changuillo, Ica (Fotos: Á. Díaz M.).

BIBLIOGRAFÍA

Capítulo I

MARCO DE REFERENCIA

- **FAO-IICA**, 2008. Calidad de los alimentos vinculada con el origen y las tradiciones en América Latina: Estudios de casos.
- Para más información y el acceso a los estudios de casos y los informes de seminarios: www.foodquality-origin.org/es
- **Vandecandelaere E, Arfini F, Belletti G y Marescotti A.** 2010. Uniendo personas, territorios y productos. Guía para fomentar la calidad vinculada al origen y las indicaciones geográficas sostenibles. FAO.

Capítulo II

CASO 1. EL SALAME TÍPICO DE COLONIA CAROYA, ARGENTINA

- **Boué, E. Y Champredonde, M.** 2013. Caracterización de la puesta en mercado del salame de Colonia Caroya en el contexto de la construcción de una indicación geográfica como motor de desarrollo. En Urbano B., Researches in Sustainability and FoodSafety for the Development. Ed. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Universidad de Valladolid (España).
- **Champredonde, M., Benedetto, A., Bustos Cara, R.** 2011. Productos típicos asociados a culturas migrantes: impactos de procesos de valorización sobre la identidad de los actores locales. En Revista de Economía Agrícola, Instituto de Economía Agrícola, v. 58, n. 1, São Paulo (Brasil), enero-junio de 2011, págs. 41 a 53.
- **Champredonde M., Casabianca F., Benedetto A., y otros.** 2009. ¿Una Indicación Geográfica/Denominación de Origen sirve siempre para promover el Desarrollo Local? Reflexiones sobre la construcción de una IG para el Salame de Colonia Caroya. En Terceras Jornadas de la Red SIAL (Argentina), del 23 al 26 de septiembre, Oberá, Misiones.
- **Schiavone, E. y Champredonde, M.** 2012. Informe del caso piloto de Argentina: Salame de Colonia Caroya. Proyecto de la FAO TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina".

- **Schiavone, E. y Champredonde, M.** 2010. Monografía del caso piloto de Argentina: Salame de Colonia Caroya (Córdoba). Proyecto de la FAO TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina".
- **Schiavone, E.** 2010. Informe diagnóstico Argentina. Proyecto de la FAO TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina".

CASO 2. EL GUARANÁ DE MAUÉS, BRASIL

- **Mosimann, G.,** 2011. Monografía Caso piloto guaraná. Proyecto TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina" – Caso Brasil.
- **Mosimann, G.,** 2012. Informe final de la Consultoría. Proyecto TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina" – Caso Brasil.

CASO 3. EL MERKÉN, CHILE

- **Oyarzún, María Teresa.** Marzo de 2012. Informe final, Capítulo Chile, Proyecto TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina".
- **Villalobos, Blanca** (Universidad Católica de Temuco), **Oyarzún, María Teresa** (Consultora de la FAO) y **Eguillor, Pilar** (ODEPA). Diciembre de 2011. Informe del Taller final "Acuerdos del merkén que hay que proteger dirigido a los productores de merkén de las regiones Bío-Bío, La Araucanía, Los Lagos y Los Ríos". Proyecto de la FAO TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina".
- **Tighe, Ricardo, Leonelli, Gina y Villalobos, Blanca** (Universidad Católica de Temuco). Abril de 2012. Caracterización de la cadena de valor del merkén mapuche. Proyecto de la FAO TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina".
- **Schiavone, Elena.** Agosto de 2010. Informe de diagnóstico: Capítulo Chile. Proyecto TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina".

CASO 4. EL PALLAR DE ICA, PERÚ

- **Schiavone, E.** 2010. Informe de diagnóstico, TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina".
- **Díaz Montoya, Á.** Noviembre de 2010. Monografía sobre el pallar de Ica, TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina".
- **Díaz Montoya, Á.** Junio de 2012. Informe Final de la Consultoría Nacional, Capítulo Perú, TCP/RLA/3211 "Calidad de los alimentos vinculada al origen y las tradiciones en América Latina".

