

Propuesta para la creación del Centro de Apoyo para el Desarrollo de Denominaciones de Origen y Sellos de Calidad Agroalimentarios (CadenAgro) en la Facultad de Ciencias de la Tierra y el Mar de la Universidad Nacional de Costa Rica

Daniel Rueda⁽¹⁾ y Carlos Sáenz⁽²⁾, Leonardo Granados⁽³⁾

Presentación

En los últimos años, se ha venido observando un vertiginoso crecimiento de nuevos conceptos y mecanismos para afrontar con mayor garantía de éxito el reto que supone promocionar y comercializar los productos del sector agroalimentario. Como tal, el sector agroalimentario representa una pujante actividad económica que, además de los aportes al producto interno bruto (PIB) y a la capacidad nacional de empleo, se constituye en un importante parque que agrupa industrias, cooperativas y sociedades agropecuarias, tanto formales como informales, en sus distintas modalidades de micro, pequeñas y medianas empresas.

Sin embargo, la participación exitosa de los productos agroalimentarios en el mercado nacional e internacional requiere de nuevas formas de competitividad, determinadas principalmente por el nuevo orden que rige los intercambios comerciales internacionales y por los cambios en los patrones de consumo.

-
1. Académico de la Escuela de Ciencias Agrarias, y del Programa Regional de Desarrollo Rural de la Universidad Nacional (drueda@una.ac.cr).
 2. Académico de la Escuela de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional (csaenz@una.ac.cr).
 3. Académico de la Escuela de Ciencias Agrarias, y del Programa Regional de Desarrollo Rural de la Universidad Nacional (Leonardo.granados@gmail.com).

Una de los factores más determinantes en este nuevo contexto se refiere a la calidad de los productos. Hasta hace algunos años la capacidad de posicionamiento y competitividad en el mercado estaba más predominantemente determinada por el precio de los productos que por su calidad. Actualmente sin embargo, la competitividad alimentaria está siendo crecientemente determinada por la presencia de atributos de valor diferenciadores en los productos y en los procesos de producción.

La globalización de la economía y la apertura del comercio mundial de productos agroalimentarios, sumado a variables como los incidentes agroalimentarios que ponen en riesgo la salud humana, las preocupaciones por una alimentación mas saludable, la conciencia por la protección medioambiental, las tendencias de rescate y valorización del patrimonio rural como mecanismo de compensación ante la acción ejercida por la globalización, y la dominancia de productos masivos, genéricos y no diferenciados en los mercados, entre otras, están determinando nuevos patrones y preferencias de consumo, asociados a una serie de factores relativos al origen geográfico, a formas de producción específicas y a cualidades intrínsecas de los productos.

Este contexto ha establecido, en términos generales, dos categorías de productos desde el punto de vista de distintos criterios asociados a la calidad: productos de calidad comercial y calidad diferenciada. La primera de ellas es entendida como las “propiedades y características que son consecuencia de las exigencias previstas en las disposiciones obligatorias relativas a las materias primas, a los procedimientos y a su composición final, que lo hacen idóneo para su comercialización y consumo. La segunda, se refiere a las “características de un alimento específicas y diferenciadoras adicionales a las obligatorias, consecuencia del cumplimiento de disposiciones de carácter voluntario, relativas al origen geográfico, procedimientos de elaboración y características físico químicas y organolépticas finales” (Granados, 2010).

A su vez, estas categorías están asociadas a las dos estrategias de competitividad comúnmente aceptadas: la competitividad por costos (modelo extensivo), basada en una estrategia de volumen y precios, altas producciones y calidad estándar de los productos; y la competitividad por calidad (modelo selectivo o de especialidad), conformada por productos de alta calidad con atributos específicos debidos a su origen, proceso de producción o fabricación.

El modelo extensivo se caracteriza por una participación en los mercados de productos genéricos conocidos como “commodities”, cuyo precio es establecido por las relaciones de oferta/demanda, y no tienen capacidad de generar valor agregado. En el modelo de especialidad ocurren las transacciones de productos con valor agregado, con precios de mercado más altos de acuerdo a su calidad, adquiridos por grupos de consumidores diversos, con motivaciones de consumo asociadas a las cualidades de los productos y procesos.

Como se ha indicado, la diferenciación de productos está cobrando una gran vigencia en el contexto internacional por tratarse de una estrategia de alto valor en la promoción de la competitividad de productos agroalimentarios y por su potencial de desarrollo de las economías regionales al favorecer el rescate y valoración del patrimonio agroalimentario y la equidad en la distribución de los beneficios comerciales. También promueve las economías regionales y su desarrollo cultural pues favorece la distribución equitativa de los recursos; el rescate, valoración y protección de recursos endógenos y las tradiciones; refuerza la identidad regional y cultural, entre otros beneficios. La siguiente figura resume los beneficios potenciales asociados al desarrollo de esta estrategia de promoción (Granados, 2010).

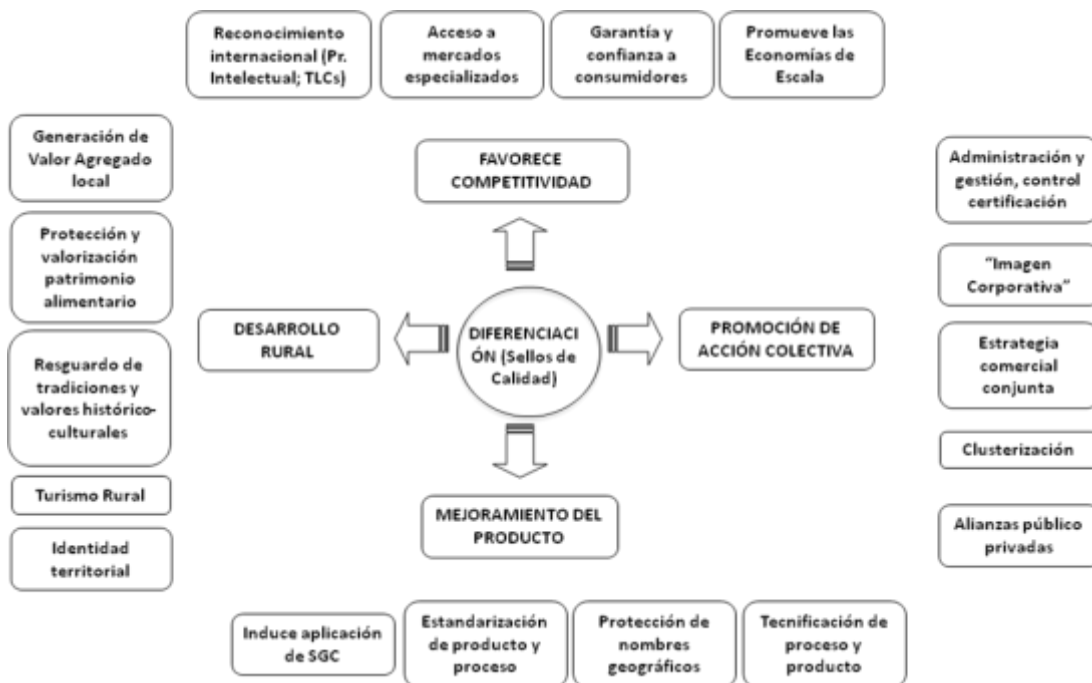


Figura 1. Beneficios asociados a la diferenciación de productos agroalimentarios

Estas condiciones han conducido a que cada vez mas gobiernos, soportados en leyes y políticas relativas a la competitividad, calidad alimentaria y desarrollo rural, establezcan sistemas oficiales de protección y promoción de la diferenciación a través de categorías ampliamente extendidas y reconocidas, frecuentemente identificadas con sellos. En el ámbito público-institucional se utiliza con frecuencia la plataforma jurídica creada por la legislación en materia de propiedad industrial a través de signos distintivos como denominaciones de origen, marcas de certificación o garantía y marcas colectivas.

Estos sistemas, muy tradicionales en la Unión Europea, constituyen un factor central en las políticas de promoción de calidad de productos agroalimentarios y son parte de los programas de desarrollo rural. En esta región, funciona un sistema muy desarrollado de protección y promoción de productos de origen geográfico, tradicionales y de características específicas, en el que, a través de figuras como la Denominación de origen y la Especialidad tradicional garantizada, se protegen

productos agroalimentarios como los conocidos Queso Manchego, Queso Roquefort, Queso Parmigiano Reggiano, Queso Mozzarella, Jamón Serrano y otros, y también productos vitivinícolas y bebidas espirituosas como el Vino Rioja, el Vino Oporto, el Cognac y la Champagne.

En América Latina, aunque en general los sistemas institucionales de diferenciación apenas se encuentran en desarrollo, un referente lo constituye México que ha logrado proteger bajo la figura de denominación de origen varios de los productos de su tierra (bebidas espirituosas como Tequila, Mezcal y Bacanora; productos artesanales como Olinalá y Talavera; productos agrícolas como Café de Veracruz y una piedra semipreciosa como el Ámbar de Chiapas. Además se tramita el registro de las bebidas: Charanda, Soto y Raicilla y el queso Cotija).

Otras modalidades de diferenciación muy conocidas son la agricultura orgánica (generalmente bajo la figura de reglamento nacional), la producción integrada, la certificación de la calidad superior (a través de marcas de certificación como el Sello Rojo francés y la marca de garantía México Calidad Selecta), la producción artesana o artesanía agroalimentaria (como las marcas de certificación de Producto Artesano reglamentado en varias comunidades autónomas españolas), los sellos de ámbito nacional (como la marca Calidad Certificada de Andalucía, España que agrupa varias categorías de diferenciación en una marca común) y otras.

Como se desprende, no se trata de conceptos que solo miden indicadores de diferenciación de calidad y se ocupan de la trazabilidad e inocuidad de los alimentos, de los procedimientos para crear valor o incrementar el valor agregado del producto agrícola y de derechos de propiedad intelectual e industrial, sino que, desde una perspectiva macrosocial, tienen un fundamento mayor como disparadores para dinamizar, como por ejemplo, el desarrollo rural, la competitividad agroalimentaria y el turismo, en sus distintas dimensiones.

Se trata de conceptos que abarcan toda una gama de acciones que van desde la atención efectiva a las preocupaciones del consumidor, disponibilidad, acceso y uso del producto, las políticas de nutrición y alimentación, y las normas y estándares internacionales, hasta la ejecución de actividades de investigación, desarrollo e innovación, participación de centros tecnológicos y universitarios, atracción de inversiones extranjeras directas (IED), ferias empresariales nacionales e internacionales y congresos científicos, entre otros. Más recientemente, se han venido utilizando como servicios de funcionalidad avanzada que incluyen la sofisticación de los negocios y de otros emprendimientos, tales como aquellos orientados a la elaboración de rutas dinámicas de turismo agroalimentario.

Para Costa Rica, la estrategia de diferenciación actuaría como un pilar esencial en la transición desde la producción tradicional de bienes tipo “commodities” hacia una producción de calidad y de mayor valor agregado posicionándose en nichos de mayor valor comercial (mercados de especialidad), constituyéndose en un modelo ajustado a la estructura económico-productiva del país y a su dificultad competir en los mercados internacionales con países productores por volumen y bajo costo (estrategia de costos).

Además, el país dispone de un valioso patrimonio agroalimentario, mucho del cual se encuentra altamente posicionado en los mercados internacionales, y cuya calidad es reconocida, y con frecuencia, asociada a los nombres de los lugares geográficos donde es producido, o bien asociada al país y a los valores que este representa. Citamos entre estos es el caso del banano, el café, el azúcar, la piña, el melón, el chayote, la mora y muchos otros productos nacionales.

En términos de comercio internacional y particularmente en tratados bi y multilaterales, el desarrollo de formas de diferenciación como la DO se vuelven obligatorias para el país, tanto para la protección de productos importados como para la promoción de los exportados. Esta figura particularmente, aunque incluida en

la mayor parte de los tratados comerciales firmados por el país, ha adquirido una especial relevancia en el contexto del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea (UE).

A pesar de la importancia que presenta la incorporación de estos nuevos conceptos en la política y gestión pública, del excepcional clima que permite contar con una amplia variedad de recursos naturales y de sus condiciones históricas y culturales, los países latinoamericanos apenas empiezan a dar los primeros pasos. Aun cuando se han llevado a cabo algunos esfuerzos, en Costa Rica, por ejemplo, persisten importantes vacíos institucionales que impiden la existencia de instancias competentes en la gestión, promoción y control de un sistema en la materia, ni en la estructura de control y certificación de las características del producto. Tampoco se ha logrado coordinar y conjuntar intereses organizacionales ni la creación de estructuras organizadas para caracterizar los procesos, productos y territorios asociados y que, a su vez, viabilicen la demanda de asesorías o la misma elaboración de los estudios, según las condiciones, principios y criterios para la certificación de DO o IGP, requeridos por los productos agropecuarios y alimenticios nacionales.

No obstante, a partir de la propuesta que ha presentado el Consejo Nacional de la Producción (CNP) para asumir las funciones relacionadas con la gestión y verificación de los estudios de productos, con lo cual se estarían solucionando algunos problemas de vacío institucional, surge la urgente necesidad de contar con una entidad organizada para la caracterización del producto. Este precisamente, es el objetivo fundamental que se pretende con la creación de un centro especializado en la materia.

En consecuencia, el tema de la diferenciación de productos y creación de sistemas basados en sellos de calidad, como factores que permiten impulsar la competitividad de los productos agroalimentarios en el mercado nacional e internacional y dinamizar el desarrollo rural, al rescatar el patrimonio gastronómico y los valores

asociados a la dimensión sociocultural del territorio, y por su potencial para promover otros sectores económicos como el turismo, invitan a la celebración de alianzas y programas conjuntos de trabajo entre organizaciones que asumen distintos roles de la gestión pública, como por ejemplo, el Consejo Nacional de la Producción, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, la Universidad Nacional, el Registro Público de la Propiedad y el Ministerio de Comercio Exterior, asimismo, de otras organizaciones de carácter multinacional, como la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

Es esencial indicar que el presente planteamiento ha sido reconocido por el actual Gobierno y por las autoridades del Sector Agropecuario costarricense, al ser plenamente incorporados en la Política de Estado para el Sector Agroalimentario y el Desarrollo Rural Costarricense 2010-2021, que establece que se impulsarán “procesos de indicación geográfica y denominaciones de origen en los productos, así como marcas territoriales y culturales con certificaciones de calidad”, y se “diseñará y ejecutará un Programa para la diferenciación de productos por medio de sellos de calidad, denominación de origen, marcas, entre otros instrumentos” (MAG, 2010).

En esta línea, debe mencionarse que el Proyecto de Ley para la Creación del Instituto de Desarrollo Rural (INDER) establece como parte de sus objetivos:

- Fomentar la conservación de biodiversidad y el mejoramiento de los recursos naturales mediante el aprovechamiento con sistemas de producción de agricultura y ganadería sostenible y las denominaciones de origen; así como la valoración económica del ambiente con el turismo rural (Artículo 4).
- Facilitar a los campesinos y pobladores rurales, el registro y la protección de su conocimiento ancestral, denominaciones de origen, indicaciones

geográficas y de las innovaciones que realicen, antes los entes públicos correspondientes (Artículo 16).

- Creación de esquemas innovadores de diferenciación, denominación de origen, indicaciones geográficas y otros mecanismos que eleven la competitividad y brinden garantías de calidad a los consumidores (Artículo 74).

En el ámbito centroamericano, igualmente la Estrategia de Desarrollo Rural Territorial (ECADERT), impulsada como iniciativa oficial de los organismos de política regional en el marco del Sistema Centroamericano de Integración (SICA), promueve dentro de los Componentes Economía Territorial e Identidad Cultural del Territorio, establece:

- Establecer un programa de apoyo a micro y pequeñas empresas rurales para abastecer nichos específicos de mercado en el ámbito local, nacional e internacional, por ejemplo productos solidarios, productos étnicos y sellos de diferenciación.
- Promover las indicaciones geográficas y denominaciones de origen, marcas territoriales y marcas culturales asociadas a las identidades colectivas del territorio, o certificaciones de calidad integral y sostenibilidad para los productos primarios o elaborados del territorio.
- Proteger la propiedad intelectual colectiva de conocimientos sobre las propiedades nutracéuticas u otras de especies silvestres, procesos de domesticación, sistemas agroalimentarios específicos del territorio y producciones artesanales asociadas a la identidad territorial.

Propuesta de creación del CadenAgro

En particular, la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), que en sus treinta y cinco años de gestión institucional ha logrado acumular una importante experiencia académica, de investigación y de extensión, responde de manera cotidiana a la búsqueda de las soluciones más adecuadas a las necesidades nacionales y, en particular, de los sectores productivos. Dentro de ella, la Facultad de Ciencias de la Tierra y el Mar (FCTM)⁽⁴⁾ reúne entre sus unidades académicas (Ciencias Agrarias, Ciencias Geográficas y Ciencias Ambientales) una larga trayectoria en los campos de la extensión y producción agrícola y forestal, en el estudio del desarrollo rural y seguridad alimentaria, de las ciencias geográficas físicas y humanas, y en la problemática ambiental y de salud pública, que le permiten proponer la creación de un Centro de Apoyo para el Desarrollo de Denominaciones de Origen Agroalimentario (CadenAgro).

Este centro estaría en capacidad de asumir la elaboración de estudios técnicos de los productos, tanto en su dimensión socioeconómica y en su diferenciación para el trámite de formalización y registro en función de las figuras de la propiedad intelectual creadas por la legislación costarricense. Claro está, se trata de una actividad multidisciplinaria que podría involucrar a la FCTM y a otras facultades y unidades académicas universitarias, tal es el caso de las escuelas de: Economía, Historia, Sociología y Planificación y Promoción Social, de la Facultad de Ciencias Sociales; y de la Escuela de Química de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales. Del mismo modo, el centro se constituiría en un punto de encuentro para la capacitación, la sensibilización y difusión sobre el potencial que tienen los productos de la agroindustria rural costarricense en los mercados modernos. El centro podría

4. La FCTM está conformada por ocho unidades: Escuela de Ciencias Agrarias, Escuela de Ciencias Ambientales, Escuela de Ciencias Geográficas, Instituto de Investigación y Servicios Forestales (INISEFOR), Instituto Internacional en Conservación y Manejo de Vida Silvestre (ICOMVIS), Observatorio Vulcanológico y Sismológico de Costa Rica (OVSICORI), Centro de Investigaciones Apícolas Tropicales (CINAT) y el Instituto Regional de Estudios en Sustancias Tóxicas (IRET).

ofrecer cursos especializados y, en coordinación con los otros entes competentes, organizar congresos, talleres y seminarios; además, por tratarse de materias especializadas, se podrían considerar en los programas de posgrado relacionados con los agronegocios, el desarrollo rural y la gerencia de empresas agropecuarias, con la finalidad de transferir a sus estudiantes conocimientos actualizados. En un nivel más pragmático, el centro impulsaría de manera sistemática iniciativas de encuentro para que los productores aumenten su nivel asociativo e intercambien experiencias.

Otros estudios asociados con la recolección de información empírica propia del proceso de certificación, le permitirían al centro la ejecución de programas y proyectos de investigación y extensión referidos, por ejemplo, a: 1) procesos de invención e innovación de productos; b) enumerar y definir categorías de calidad; 3) gestión y praxis del mercadeo; 4) incidencia de la política pública; 5) desarrollo de la agroindustria rural; 6) tradiciones y culturas asociadas a la producción (estudios etnológicos); y, 7) mapeo y diferenciación geográfica y regional; entre otros.

Objetivos de CadenAgro

1. Llevar a cabo estudios de los productos agroalimentarios de calidad, teóricos y prácticos, para la obtención de denominaciones de origen, marcas colectivas y de certificación que contribuyan a la diferenciación y competitividad de los productos y a los procesos de desarrollo rural territorial.
2. Contribuir a valorizar, proteger y promocionar en los mercados nacionales e internacionales el patrimonio de productos propios de la cultura y del territorio costarricense, que han adquirido rasgos autóctonos y diferenciados en beneficio de explotaciones y empresas agropecuarias, contribuyendo al desarrollo socioeconómico y cultural de las regiones rurales
3. Contribuir a la organización de subsectores agrícolas y agroindustriales y la creación de redes regionales que asocien aquellos productores que utilizan las

mismas variedades y sistemas productivos, y productos que presentan las mismas condiciones geográficas, así como las formas de organización colectiva creadas para la promoción, coordinación, y control para los productos diferenciados.

4. Crear un sistema de información sobre denominaciones de origen y productos diferenciados en general en Costa Rica que permita divulgar y popularizar este tipo de instrumentos.
5. Fomentar entre los productores, transformadores y comercializadores la utilización voluntaria de los diversos distintivos de origen y calidad, con el fin de incrementar los productos agroalimentarios que utilizan este esquema para su comercialización.
6. Establecer una tipología geográfica nacional para productos agroalimentarios especializados.
7. Promover la creación y descripción de rutas agroalimentarias turísticas.
8. Impartir programas y acciones formativas, de asesoría, de evaluación y de intercambio de experiencias sobre diferenciación de productos.
9. Incentivar y difundir la innovación en la agroindustria rural costarricense para apoyar la diversificación y el incremento en la calidad de productos agrícolas y agroalimentarios, como estrategia para el desarrollo rural.
10. Contribuir con el fortalecimiento de las capacidades de asociación, de formalización empresarial de productores, de articulación comunitaria y de los consejos reguladores para la denominación de origen.
11. Difundir las buenas prácticas en la producción agroindustrial, en la gestión empresarial y en la logística.
12. Promover el uso de sistemas de control, inspección y certificación de los productos agroalimentarios a través de un sistema voluntario de calidad, más allá

de la normativa básica vigente en materia de calidad y de seguridad alimentaria, consecuente con las nuevas exigencias del mercado nacional e internacional.

Tipología de los estudios para la diferenciación de productos

Los estudios que asumiría CadenAgro para promover la obtención de formas de diferenciación responden al cumplimiento de un conjunto de condiciones establecidas y estandarizadas por la normativa nacional e internacional. Tanto las las indicaciones geográficas, denominaciones de origen, marcas de certificación y colectivas y marcas territoriales, permiten la trazabilidad de aquellos productos registrados en el sistema, lo cual le otorga un valor agregado que surge de la transparencia y accesibilidad de toda la información relativa a la producción y manejo del producto. En consecuencia, un sistema para la elaboración de estudios orientado al reconocimiento de estas figuras que esté sustentado en la normativa, en la institucionalidad y en estándares de calidad diferenciados y especializados, se constituye en una plataforma absolutamente consistente con los esfuerzos públicos y privados dirigidos a profesionalizar la agricultura, las actividades agroindustriales y las prácticas asociadas a las condiciones geográficas y ambientales, de acuerdo con los objetivos, metas y orientaciones académicas que tienen la UNA y la FCTM.

La legislación costarricense (Ley de marcas y otros signos distintivos y sus respectivos reglamentos), establece como requisitos de solicitud para la inscripción y registro, el acompañamiento de documentos técnicos y normativos (Pliego de Condiciones y Normativa de Uso y administración) técnicamente fundamentados.

Particularmente, para las IG y las DO, la normativa requiere la siguiente información y estudios técnicos:

- a) Información sobre el solicitante: nombre, domicilio, condición jurídica empresarial.

- b) Información del producto: nombre, origen del producto.
- c) Delimitación de la zona geográfica: área geográfica de recolección y producción de los productos primarios o de la extracción, transformación o elaboración del producto final; delimitación por medio de caracteres geográficos; delimitación por división político administrativa; plano del área geográfica indicada (georreferencia, datum y huso).
- d) Descripción del producto: materias primas, características o cualidades esenciales que distinguen a las materias primas, origen y el tipo de semillas utilizadas, origen vegetal, o animal.
- e) Características del producto: físicas, biológicas y microbiológicas, organolépticas.
- f) Cumplimiento con los requisitos de calidad establecidos por las normas nacionales oficiales.
- g) Forma de presentación del producto final.
- h) Descripción del método de obtención del producto: proceso de cultivo, producción, recolección y elaboración del producto (manejos permitidos y restricciones establecidas bajo las cuales se obtiene el producto descrito).
- i) Método de producción: disposiciones sanitarias, ambientales y laborales.
- j) Uso de buenas prácticas agrícolas (BPA) o estándares como: ISO, HACCP o Codex alimentarius, entre otros.
- k) Características del producto imputables a las condiciones geográfico ambientales o a factores humanos: a la cultura y tradición asociados a la producción del producto, factores geográficos naturales que lo hacen único y específico, características del suelo, del agua; condiciones de manejo o alimentación, adaptabilidad de la variedad, especie o raza utilizada al medio natural.

- l) Estudio técnico: aportar antecedentes que demuestren características o cualidades imputables a origen geográfico.
- m) Reglamento de uso y control de la denominación de origen o indicación geográfica: requisitos y procedimientos técnicos en relación con la zona geográfica, con el proceso de cultivo, producción, recolección o elaboración; o la calidad del producto; sistemas de control para verificar procedencia y formas de producción, la designación del consejo regulador, el logotipo oficial a ser usado, procedimiento para modificar el pliego de condiciones y la normativa de uso; sanciones aplicables por incumplimiento de las obligaciones.

Como se puede observar, la cantidad y especificidad de las condiciones que deben cumplir los productos que pretendan una denominación de origen o indicación geográfica demandan la conformación de un equipo multidisciplinario de especialistas que incluye profesionales de diferentes disciplinas.

Igualmente, para las marcas colectivas y de certificación, la legislación establece condiciones específicas para su registro. Las marcas colectivas pueden ser solicitadas por cualquier asociación de fabricantes, productores, artesanos, agricultores, industriales, prestadores de servicios o comerciantes que, de conformidad con la legislación que les sea aplicable, tengan personalidad jurídica.

Para ello debe presentarse un Reglamento de Uso con los siguientes componentes:

- a) La denominación o identificación de la entidad solicitante, su domicilio y dirección de su sede principal;
- b) El objeto de la asociación; el órgano de administración que conforme su propia normativa esté facultado para representar a la entidad;
- c) Los requisitos de afiliación y los requisitos que deben cumplir las personas afiliadas para obtener la autorización de utilización de la marca;

- d) Las características o cualidades comunes que deben presentar los productos o servicios referidas al origen geográfico, al modo de fabricación, a los materiales empleados o a cualquier otro aspecto;
- e) Las reglas y demás condiciones o modalidades a que debe sujetarse el uso de la marca colectiva por las personas autorizadas;
- f) Los mecanismos de vigilancia y verificación para el control del uso de la marca colectiva conforme a las reglas y condiciones a que se refiere la literal anterior;
- g) Las infracciones y correspondientes sanciones por el uso de la marca en forma distinta de lo regulado en el reglamento, incluyendo la suspensión o cancelación temporal o definitiva de la autorización de uso.
- h) Los procedimientos para la aplicación de las sanciones; y los medios de impugnación de las decisiones relativas a la concesión de autorizaciones o a su suspensión o cancelación.

El reglamento para una solicitud de marca de certificación, por su parte, debe contener como mínimo:

- a) La denominación o identificación de la entidad solicitante, su domicilio y dirección exacta de su sede principal.
- b) El objeto de la entidad y el órgano de administración que conforme su propia normativa esté facultado para representar a la entidad.
- c) Los requisitos que deben cumplir las empresas para solicitar la autorización de uso de la marca de certificación, incluidas las características o cualidades que deban concurrir en los productos o servicios para los cuales se autorice el uso de la marca.
- d) Las reglas y demás condiciones o modalidades a que debe sujetarse el uso de la marca de certificación por las personas autorizadas.

- e) Los mecanismos de vigilancia y verificación para el control del uso de la marca de certificación conforme a las reglas y condiciones a que se refiere la literal anterior, antes y después de otorgada la autorización de uso de la marca.
- f) Las causales que darán lugar a la terminación de la autorización para el uso de la marca.

Como se observa, en todos los casos, el componente técnico más importante se refiere a los estudios que respaldan las características o cualidades comunes que deben presentar los productos o a aquellas referida a su origen geográfico, al modo de fabricación y a los materiales empleados.

Plan de trabajo

- a) Establecer una relación formal con el ente oficial competente del Sector Agropecuario, designado para la promoción y el desarrollo de las denominaciones de origen y las estrategias de diferenciación de productos.
- b) Conformación del equipo. Creación de una especie de unidad matricial o programa multidisciplinario que incluya a los distintos participantes académicos de las diferentes escuelas y facultades.
- c) Institucionalizar el programa académico denominado CadenAgro (aprobado en Consejo de Facultad), como parte del Programa Regional de Desarrollo Rural, en la Escuela de Ciencias Agrarias y en las otras unidades académicas.
- d) Establecer un programa de capacitación en indicaciones geográficas, denominaciones de origen, y otras figuras de diferenciación.
- e) Establecer un programa de capacitación del equipo en las metodologías para la recolección de la información, el análisis y la presentación de los resultados de elaboración de los estudios técnicos.

- f) Desarrollar y proponer metodologías para el estudio de productos, procesos, factores históricos y territorios asociados a la diferenciación de productos.
- g) Realizar un inventario de productos nacionales con potencial para beneficiarse de la obtención de una figura de diferenciación a través de sellos de calidad.
- h) Iniciar la gestión del CadenAgro.
- i) Llevar a cabo un taller de capacitación a las instituciones involucradas, y un segundo curso taller con la participación de especialistas internacionales de dos días, para la discusión de las metodologías de acción e impartir un curso a los productores agroalimentarios interesados en la materia. Facilitar un seminario de carácter internacional.

Algunos elementos que justifican la creación de CadenAgro

El planteamiento anterior nos permite resumir los principales elementos que justifican la creación de un centro de apoyo para el desarrollo de productos diferenciados, instalado estratégicamente para que la academia potencie su rol en el desarrollo nacional en coordinación con las instancias estatales oficiales, particularmente, para nuestro caso, del desarrollo de los territorios rurales, a partir del rescate, valorización y promoción de sus recursos endógenos. Dentro de estos, tenemos:

- La nueva dimensión que han adquirido la protección de estos productos por su importancia en las relaciones comerciales internacionales, a consecuencia de su incorporación en los acuerdos y tratados vi y multilaterales.
- La protección, valoración y promoción del patrimonio de productos originarios y de características diferenciales. Adicionalmente, las DO ofrecen una protección legal contra imitación y fraudes.

- La pérdida de competitividad de muchas zonas agrícolas respecto a la producción de cultivos indiferenciados de gran consumo, tras la progresiva liberalización de los mercados.
- Su aptitud para mejorar la calidad de los productos y la aplicación de sistemas de gestión de calidad y trazabilidad. La adopción de estas figuras dentro del ámbito de las políticas de mejoramiento de la calidad agroalimentaria, se constituyen en un sinónimo de calidad, que frecuentemente va más allá de la calidad básica referida a la inocuidad, para convertirse en una “calidad superior”, que se ofrece voluntariamente.
- Son un medio importante para otorgar confianza a los consumidores, en cuanto a garantías de origen, tradición, cualidades específicas y calidad. La necesidad de aplicar técnicas de segmentación de los mercados, favorable a la diferenciación productiva y contraria a la estandarización.
- El creciente interés de los consumidores por la "vuelta a lo natural, a lo tradicional y a lo rural”.

En términos de mercado internacional, de acuerdo con información del Ministerio de Comercio (Comex), las exportaciones costarricenses cerraron el 2006 en US\$8.300 (ocho mil trescientos millones de dólares), lo cual implica un aumento de un 18% mayor que el ocurrido en el 2005. Sin embargo, todavía sigue siendo un monto menor al esperado para el 2010, cuya meta ha sido estimada en US\$18.000 (dieciocho mil millones de dólares).

Similar situación se observó en el 2007. Con incrementos en todos sus sectores productivos, Costa Rica terminó el 2007 con un crecimiento del 14% en sus exportaciones totales, sobre todo en la industria y la agricultura, para un monto acumulado en ventas al exterior de US\$9.343 (nueve mil millones trescientos cuarenta y tres mil dólares) (La Nación, 2008).

En Costa Rica, aun cuando el país ha venido mostrando una inclinación económica al sector de los servicios, la agricultura continúa teniendo una especial importancia como sector exportador. Por ejemplo, en la misma noticia se informa de los productos que lideraron este sector, en orden de importancia fueron el banano, la piña, el café y el melón. Los productos agrícolas costarricenses se exportan principalmente a los Estados Unidos de América y a la Unión Europea.

El país ha venido perfeccionando los conocimientos y habilidades que permiten mejorar la calidad de sus productos de exportación, así como de los requerimientos impuestos por sus socios comerciales. Tal y como señala Rodríguez, “la importación de los alimentos en la Unión Europea está sujeta al cumplimiento de diversas leyes y reglamentos destinados a proteger la salud humana, animal y vegetal, así como para garantizar su calidad e inocuidad.” (Rodríguez, 2005: 7).

Al respecto, es importante considerar que Costa Rica ha firmado diferentes **tratados de libre comercio** que han venido consolidando un modelo económico más orientado a la apertura, a la reducción de aranceles y a la promoción de exportaciones. En la actualidad, el país ha suscrito varios tratados de libre comercio con México, República Dominicana, Chile, Canadá, la Comunidad del Caribe (Caricom) y mantiene un acuerdo de alcance parcial y de intercambio preferencial con Panamá (en 2007 se concluyó la negociación de un tratado de libre comercio con Panamá), asimismo, junto al resto de las naciones centroamericanas y la República Dominicana, se suscribió un tratado de libre comercio con los Estados Unidos (Cafta —Central American Free Trade Agreement), que aun no se ha puesto en ejecución a falta de la aprobación legislativa de leyes complementarias. A partir del mes de octubre de 2007, Costa Rica y los otros países centroamericanos - iniciaron las negociaciones para la suscripción de un Acuerdo de Asociación con la Unión Europea. Esta situación ha determinado que el país acelere los procesos para

establecer la institucionalidad y la normativa suficiente que demanda este tipo de relaciones internacionales.

El hecho de suscribir tratados de libre comercio tiene el propósito básico de regular la actividad comercial entre los países firmantes. Sin embargo, en los tratados entran en juego distintas condiciones regulatorias que obligan a los países a introducir modificaciones en sus normativas. Por ejemplo, aun cuando la actividad comercial esté amparada en un tratado de libre comercio, no es suficiente ofrecer un producto que corresponde a lo que demanda el mercado de otro país y que, por ello, el consumidor extranjero esté dispuesto a pagar un precio más alto.

En términos de mercado nacional nuestro país no es ajeno al crecimiento de la demanda por este tipo de productos, como lo ha demostrado un estudio de 2002 (Granados y Álvarez 2002) en cuanto a la alta valoración que tiene el consumidor costarricense por las características de calidad, origen geográfico, tradición y procedencia rural por los productos agroalimentarios.

Para aprovechar estas condiciones de mercado, deben crearse condiciones integrales en los ámbitos legales, institucionales y de gestión que provean los marcos jurídicos, instituciones y herramientas adecuadas para promover el desarrollo de productos competitivos en los mercados nacionales e internacionales.

Por otro lado, es igualmente importante desarrollar y expandir los mecanismos de certificación de productos y procesos que garanticen que el producto presenta las características o cualidades distintivas que promociona a través de sistemas de certificación de tercera parte, en que un organismo independiente, imparcial y objetivo verifique y controle.

En este contexto de mercado, los alimentos con cualidades específicas o aquellos fabricados con procesos respetuosos del medio ambiente o utilizando formas de fabricación artesanal o bien que garanticen cualidades superiores en los productos y otros que provienen de una zona geográfica determinada, están siendo

crecientemente demandados por la Unión Europea, Estados Unidos y Japón, entre otros, por lo cual tienen un alto potencial como productos de exportación.

Por otro lado, además de los componentes referidos a la competitividad agroalimentaria, la promoción de productos diferenciados es un factor que permite dinamizar las zonas rurales del país, de rescatar el patrimonio gastronómico y otros valores asociados a la dimensión sociocultural del desarrollo y por su potencial de promover otros sectores económicos como el turismo, en sus dimensiones sociales y culturales.

Según la Ecadert (2010), incluso los productores de la agricultura familiar, más orientada hacia el mercado, en la que participan más de 400.000 pequeños y medianos caficultores de países centroamericanos, se están insertando "...de manera todavía minoritaria pero creciente en nichos de calidad, denominaciones de origen, comercio justo, caficultura orgánica o ambientalmente sostenible".

La gestión de las denominaciones de origen

Según Pons y Sivardière, "...la forma visible como el producto muestra que ha sido verificado, es mediante la presencia en la etiqueta de un sello, símbolo o logotipo de calidad. Este tipo de sello, que garantice un atributo de calidad, puede convertirse en una importante herramienta de comercialización, en beneficio de las pequeñas empresas agroindustriales..." (Pons y Sivardière, 2002: 7) y de otros productos agroalimentarios transformados. Para tal finalidad, se requiere un sistema de verificación y control que cubra toda la cadena productiva y, con ello, la existencia de normas, políticas, reglamentos y procedimientos que permitan estandarizar los requerimientos.

De acuerdo con los autores citados, aunque en América Latina existe un gran potencial para promover productos de la agroindustria rural, su diferenciación es una práctica muy incipiente donde se observan claras ausencias institucionales, jurídicas

y técnicas. Para aprovechar las posibilidades agroindustriales, potenciar el desarrollo del sector agropecuario, ampliar la base económica y profesional que impulse la creación de empleos en las zonas rurales, favorecer una agricultura diversificada y de calidad, y ofrecer la red de servicios que hoy demanda, es necesario disponer de una base legal y de sistemas institucionales para la gestión, promoción y certificación de la producción diferenciada.

En tal sentido, la Comisión Europea ha establecido como eje de su política de calidad alimentaria, la promoción de la diferenciación de productos. Particularmente, para aquellos con origen geográfico específico, se ha dictado una nueva reglamentación orientada a reconocer y proteger productos tradicionales por medio de: a) Indicación Geográfica Protegida (IGP)⁽⁵⁾; b) Denominación de Origen Protegida (DO)⁽⁶⁾; y, c) Especialidad Tradicional Garantizada (ETG), así como la producción orgánica y biológica y la aplicación de otras formas de diferenciación agroalimentaria.

Según este planteamiento, las categorías de calidad coinciden con la necesidad de resguardar las tradiciones productivas y culinarias, de proteger la autenticidad de los productos y de privilegiar un tipo de agricultura respetuosa del medio ambiente. Estos tres tipos de atributos de calidad aplicados con grandes éxitos por los países europeos bien pueden adaptarse a las demandas latinoamericanas y, particularmente, a la costarricense.

En el caso de Costa Rica, el Instituto del Café (Icafe) ha puesto en marcha, con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), varios procesos que pretenden otorgar denominación de origen al café que se produce en

1. Una indicación geográfica es un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades o una reputación derivadas específicamente de su lugar de origen.

2. Una denominación de origen es un tipo especial de indicación geográfica que se aplica a productos que poseen una calidad específica derivada exclusiva o fundamentalmente del medio geográfico en el que se elaboran, además de factores naturales y humanos que hacen posible su producción.

ocho regiones productoras del país: Brunca (sur), Turrialba, Orosi, Los Santos, Valle Central, Valle Occidental, Tres Ríos y Guanacaste, con distintas variedades y altitudes geográficas, la calidad de los suelos y aguas, características culturales de su producción y otros aspectos. Conviene señalar que el queso Turrialba se ha legitimado como en el primer producto costarricense que ha presentado la documentación de registro para DO (Granados y Alvarez, 2007). Esta experiencia presenta un importante valor histórico y referencial, pues se trata del proceso más antiguo, que logró, desde el 2001, desarrollar las primeras propuestas metodológicas y que demuestra la necesidad de conjuntar esfuerzos multidisciplinarios para el éxito del registro (Granados y Alvarez, 2008).

Ciertamente, Costa Rica ha venido haciendo algunos esfuerzos encaminados a establecer diferentes niveles de institucionalidad. Al respecto, la Asamblea Legislativa aprobó en 2001 la Ley de marcas y otros signos distintivos, así como, el reglamento correspondiente que incorporara las indicaciones geográficas y denominaciones de origen y, en particular, lo referente a su reconocimiento, protección y mantenimiento. Mas recientemente, el país dió un paso importante en la creación de una base jurídica más adecuada, con la aprobación del Reglamento de las disposiciones Relativas a las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen (marzo de 2007).

Dentro de ello, el Registro de la Propiedad Industrial se constituye en la autoridad nacional competente en materia de concesión e inscripción de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen. De esta forma, se busca perfilar un sistema adecuado a la realidad del país, eficiente y confiable para productores y consumidores, y que pueda ofrecer el apoyo efectivo al desarrollo del sector agroindustrial rural, de modo que asegure condiciones uniformes para todos los agentes que intervienen en la certificación y en el otorgamiento de los sellos.

En este contexto, la participación de los actores académicos de educación superior se convierte en un elemento clave del sistema, al complementar la acción institucional oficial, a partir de su base multidisciplinaria, académica y de investigación.

Situación actual del país y requerimientos institucionales

Desde una perspectiva más integral, Granados ha propuesto tres componentes que debería asumir sistemáticamente el país para promover el desarrollo de la calidad y diferenciación de productos: a) un sistema nacional para la coordinación técnica, que implica la gestión de las políticas y directrices, lineamientos y procedimientos, la asesoría para la elaboración de estudios técnicos y la capacitación a los actores, entre otros; b) una capacidad institucional para la elaboración de estudios técnicos de los productos, que implica el estudio socioeconómico del producto, de la viabilidad de diferenciarse y de la estrategia o categoría de diferenciación más adecuada, según las cualidades del producto y su proceso, del volumen y destino de la producción, y los factores locales de carácter organizacional, socioeconómico y cultural⁷; y, c) una capacidad institucional para la presentación de la documentación ante el Registro de la Propiedad Industrial, cuando proceda, que implica un dictamen técnico legal del producto solicitante como denominación de origen, una marca colectiva o de garantía, así como la verificación de la información que se indica en el pliego de condiciones (Granados, 2008).

A pesar de los esfuerzos realizados, no se puede afirmar que Costa Rica cuente con la institucionalidad básica para asumir las responsabilidades sugeridas por Granados. Por ejemplo, el Registro de la Propiedad Industrial ha indicado que aun no ha logrado obtener la capacidad técnica necesaria para llevar a cabo las tareas

⁷ Particularmente para las denominaciones de origen, es importante el estudio histórico del producto y de relaciones sociales asociadas, el estudio de la vinculación geográfica y de su delimitación territorial, el estudio de la caracterización de los procesos de producción y la determinación de las características físicas, químicas y sensoriales del producto.

señaladas, ni la experiencia suficiente para apoyar los procesos de fundamentación de las solicitudes de registro presentadas.

Para avanzar en este objetivo, es necesario consolidar una estrategia país que oriente todos los esfuerzos institucionales en un proceso común. En esta dirección, cabe resaltar la actitud proactiva de acción institucional realizada por la Dirección de Calidad Agrícola del Consejo Nacional de la Producción (CNP), como entidad del Sector Agroalimentario nacional, por su propuesta para crear una Área de Diferenciación de Productos Agroalimentarios (que incluye las figuras de indicaciones geográficas, denominaciones de origen, marcas colectivas, productos de cualidades especiales y artesanales, así como la propuesta de creación de un sello agroalimentario de ámbito nacional).

De acuerdo con Alejandro Jiménez (2001) y Jean Pons y Patrick Sivardière (2004), en la experiencia europea el apoyo administrativo ha sido fundamental para impulsar las denominaciones de origen como un elemento clave en el desarrollo de estrategias de diferenciación por parte de las empresas. Esto es fácilmente comprensible por cuanto al tratarse de conceptos complejos y multidimensionales, se requiere un abordaje y una intervención de carácter multidisciplinario, incorporando elementos de carácter técnico, histórico, normativo, organizacional, socioeconómico y cultural.

Aunque la propuesta del CNP no ha logrado institucionalizarse, es importante mantener vigente su planteamiento de constituir un sistema de gestión y coordinación técnica que, junto con el Registro de la Propiedad Industrial, asumiría la gestión de las políticas y procedimientos; así como, la capacidad institucional para la presentación de la documentación del producto, el dictamen técnico legal como denominación de origen u otra figura de diferenciación y la verificación de la información que se solicite en el documento normativo.

Por su parte, para la ejecución de las tareas relacionadas con la elaboración de estudios técnicos de los productos, la asesoría y la capacitación a los distintos actores, la participación de instituciones académicas que cuentan con una amplia variedad de especialistas, pueden ejercer una importante función. Esta necesidad se constituye en un elemento clave para promover la importancia de llevar a cabo los estudios de identificación y caracterización de los productos.

Finalmente es indispensable establecer que el planteamiento anterior ha sido reconocido por el actual Gobierno y por las autoridades del Sector Agropecuario costarricense, al ser plenamente incorporados en la Política de Estado para el Sector Agroalimentario y el Desarrollo Rural Costarricense 2010-2021, que establece que se impulsarán “procesos de indicación geográfica y denominaciones de origen en los productos, así como marcas territoriales y culturales con certificaciones de calidad”, y se “diseñará y ejecutará un Programa para la diferenciación de productos por medio de sellos de calidad, denominación de origen, marcas, entre otros instrumentos” (MAG, 2010).

En esta coyuntura, surge la creación del Centro de Apoyo para el Desarrollo de Denominaciones de Origen Agroalimentarias (CadenAgro), en la Facultad de Ciencias de la Tierra y el Mar de la Universidad Nacional de Costa Rica (Programa Regional de Desarrollo Rural, Escuela de Ciencias Agrarias).

Bibliografía consultada

Asamblea Legislativa. 2008. Ley 7978 de marcas y otros signos distintivos y su reglamento.

CNP. 2008. Propuesta para la creación del Área de Denominaciones de Origen y Diferenciación de Calidad dentro de la Dirección de Calidad Agrícola del Consejo Nacional de Producción. San José, Costa Rica.

Jiménez, Alejandro. 2001. Mercadeo agrícola y comportamiento del consumidor en un mundo cambiante. En: The Netherlands Kluwer Academic Publishers. Holanda.

Granados, Leonardo; Álvarez, Carlos. 2007a. Estudio Técnico de la denominación de origen del Queso Turrialba.

Granados, Leonardo y Álvarez, Carlos. 2007b. Caracterización de explotaciones de vacuno lechero para la implantación de un sistema de denominaciones de origen. El caso del queso Turrialba en Costa Rica. En: Interciencia, 32(002): 85-92. San José, Costa Rica.

Granados, Leonardo. 2008. Contribución al establecimiento del sistema de denominaciones de origen de los productos agroalimentarios en Costa Rica. Tesis doctoral. Universidad de Santiago de Compostela. Departamento de Ingeniería Agroforestal. Escuela Politécnica Superior. España.

Granados, Leonardo. 2008. Comunicación personal. Heredia, Costa Rica.

Granados, Leonardo. 2010. Productos agroalimentarios, diferenciación y competitividad. Seminario Internacional de Marcas de Calidad. Brasil, mayo de 2010. Presentación

La Nación. 2008. Exportaciones de Costa Rica crecen 14% en 2007. Sección Economía. Martes 22 de enero de 2008.

Pons, Jean y Sivardière, Patrick. 2003. Manual de capacitación. Certificación de calidad de los alimentos orientada a sellos de atributos de valor en países de América Latina. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). Oficina Regional de la FAO para América Latina y El Caribe. Santiago, Chile.

Rodríguez, Daniel. 2005. Mercado de la Unión Europea: Guía para identificar los principales requisitos exigidos para el ingreso de productos agrícolas frescos y procesados. Programa interamericano para la promoción del comercio, los negocios agrícolas y la

inocuidad de los alimentos. En: Serie de Agronegocios. Cuadernos para la exportación. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). San José, Costa Rica.