

# El impacto socioeconómico de las Indicaciones Geográficas:

el impacto que pueden tener en el desarrollo rural, la preservación de la biodiversidad y los recursos tradicionales, y el bienestar social en general (Casos de éxito)

*IP Key La - Conferencia Regional de Centroamérica sobre Indicaciones Geográficas. Guatemala, 26 Y 27 De Septiembre, 2022*



**C a d e n A g r o**

Centro para la valorización sostenible de productos agroalimentarios y artesanales diferenciados por sus cualidades bioculturales y de origen geográfico

*Universidad Nacional, Costa Rica*

Dr. Leonardo Granados  
Coordinador CadenAgro  
ECA-UNA

# Contenido

---

*Nuestra experiencia, principalmente en Costa Rica*

1. La experiencia de CadenAgro (punto de referencia)
2. Beneficios generales de las IG / DO
3. Factores del éxito y factores críticos
4. Conclusiones y beneficios observados

# 1. Experiencia de CadenAgro **en la** **construcción de IG/DO**

## Costa Rica

Punto de referencia



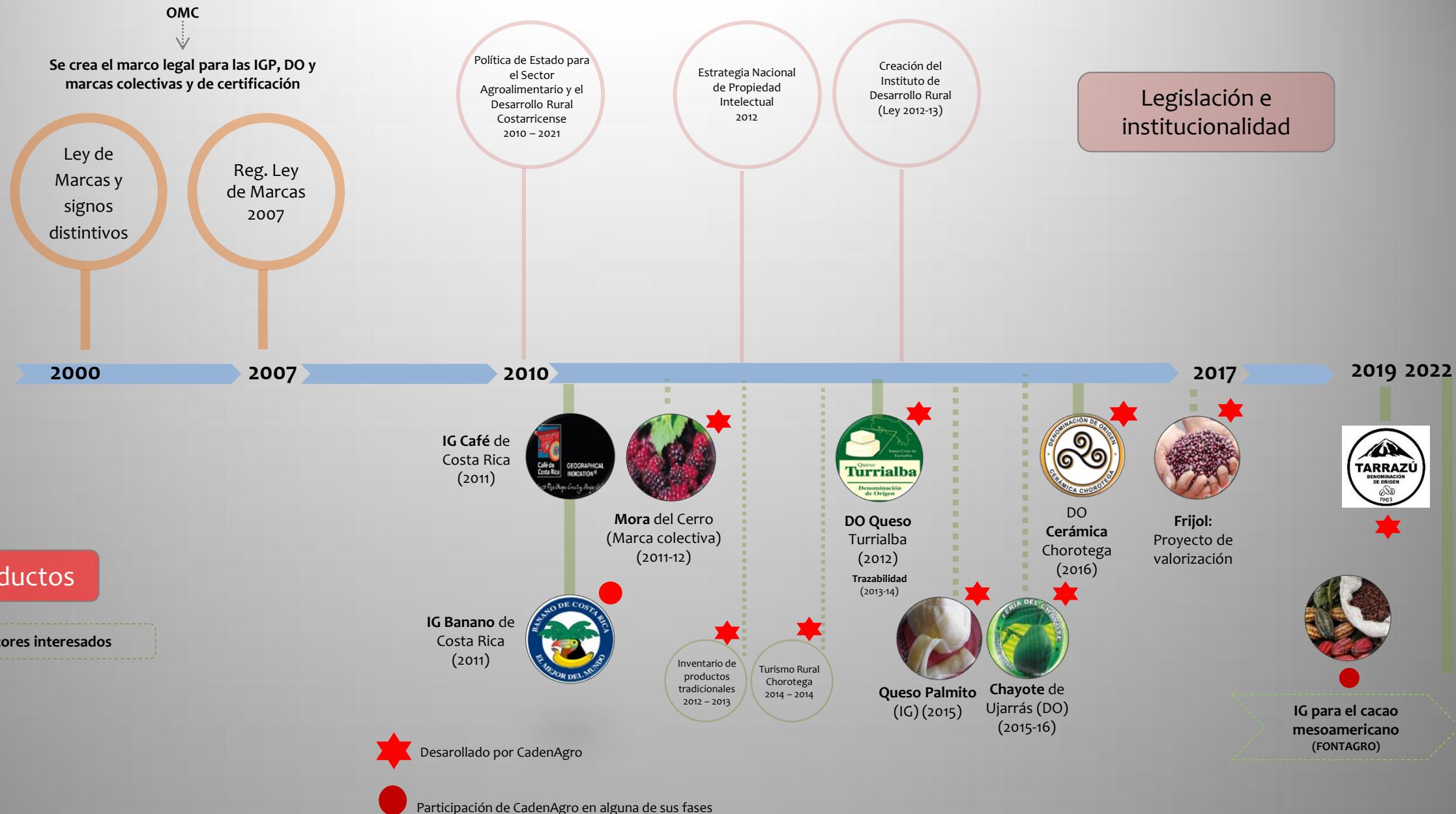
## Registrados

- ✓ **2 I.G.** (Banano y café)
- ✓ **3 D.O.** (Cerámica, Queso, Café)
- ✓ **1 M.C.** (Mora)

## Productos registrados

# Productos registrados y participación de CadenAgro

## Costa Rica

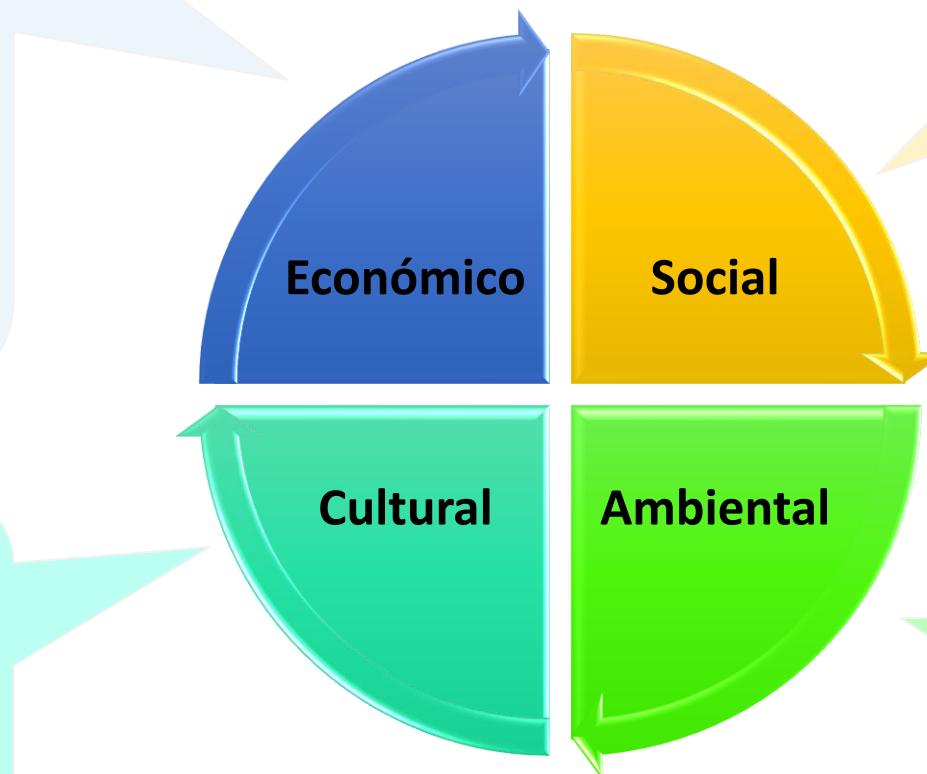


## **2. Beneficios de las IG - DO**

Potenciales

# IG: Beneficios potenciales

- ✓ Exclusividad de uso de nombre (fraudes, imitaciones, etc.)
- ✓ Fijación de V. A. local
- ✓ Garantía y confianza a consumidores (sinergias de confianza y fidelidad)
- ✓ Mercados especializados y circuitos cortos
- ✓ Reconocimiento y protección internacional
- ✓ Mejoramiento de normas sanitarias y garantía de calidad constante

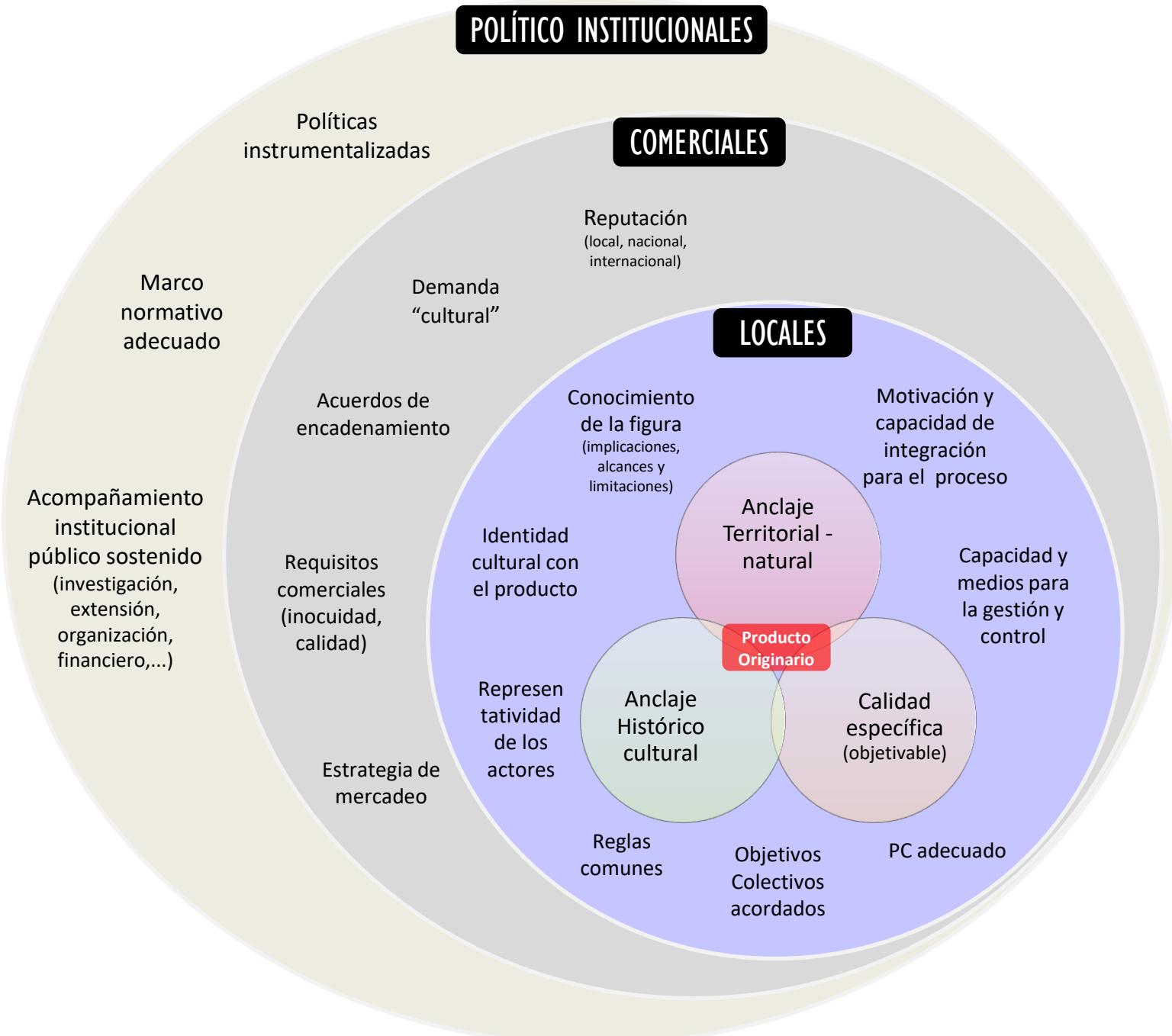


- ✓ Protección y valorización de bienes comunitarios patrimoniales (producto, tradiciones, saber-hacer)
- ✓ Promoción de la gastronomía local
- ✓ Contribución al desarrollo territorial basado en valores bioculturales
- ✓ Visibilización territorial (marcas territoriales, estrategias OVOP, SIPAM...)

- ✓ Promueve la acción colectiva local y las relación sinérgica con la cadena de valor
- ✓ Favorece la equidad en la distribución de ingresos
- ✓ Aumento de Identidad y orgullo local
- ✓ Potencial de vinculación con otros sectores (Turismo Rural)

- ✓ Promueve la sostenibilidad ambiental de los recursos productivos que soportan la DO
- ✓ Favorece la producción local a menor escala (con frecuencia amigable)
- ✓ Prácticas de producción agroecológicas...

# IG: Factores del « éxito »



### **3. Reflexiones sobre los “factores críticos y de éxito” en la implementación de las IG/DO**

“Nuestra experiencia con base en el método del “Círculo Virtuoso de la calidad y el origen” (FAO)

# IG: procedimiento y « factores críticos »

1

## I. IDENTIFICACIÓN

### POTENCIAL

- ✓ Calidad, cualidades específicas ✓
- ✓ Reputación: prestigio y reconocimiento en el mercado ✓
- ✓ Atributos otorgados por el territorio (conocimientos, suelo, clima,...) ✓
- ✓ Demanda concreta y capacidad para generar ingresos ✓
- ✓ Motivación, capacidad e integración de los actores locales para el proceso ✓
- ✓ Objetivos
- ✓ Acompañamiento público, investigación, extensión
- ✓ Participantes de la cadena ✗
- ✗
- ✗

## II. CALIFICACIÓN ESTUDIOS TÉCNICOS



- ✓ Nombramiento y puesta en marcha del Consejo Regulador y del sistema de afiliación, control interno y trazabilidad (personal).
- ✓ Sistema de financiamiento interno.
- ✓ Aseguramiento de la calidad del producto
- ✓ Acuerdos y alianzas entre actores institucionales y de la cadena de valor
- ✓ Plan estratégico, de comunicación y comercialización
- ✓ Gestión con sectores conexos (turismo)

2

## III. REMUNERACIÓN

### ASOCIATIVIDAD Y MERCADO

MERCADO

4

## IV. REPRODUCCIÓN

### SOSTENIBILIDAD

?

- ✓ Económica: posicionamiento, aumento de ventas e ingresos, impacto sobre economía local
- ✓ Sociocultural: apropiación por productores, distribución equitativa de ingresos, preservación de tradiciones y del saber – hacer
- ✓ Ambiental: Efectos ambientales. Conservación y mejora de recursos ambientales (biodiversidad, paisajes, suelo, agua)

### 3. Algunas conclusiones y beneficios observados

Nuestra experiencia

- ✓ **Insuficientes política pública focalizada y sostenida** (otras prioridades: desarrollo económico, exportación, política fiscal, corrupción, seguridad social, infraestructura básica, CC...).
- ✓ **Institucionalidad pública débil y/o dispersa**, muy poco personal con formación técnica; sin apoyo financiero (el estudio técnico para una IG es complejo y costoso, requiere equipos multidisciplinarios; también para implementación)
- ✓ **Visiones divergentes o sesgadas** acerca del objetivo-utilidad de la figura (propiedad intelectual, herramienta comercial, desarrollo territorial,...).
- ✓ Productos registrados pero con **bajo nivel de implementación** (bajo o nulo posicionamiento en el mercado).
- ✓ **Dos grandes objetivos IG. Actores empresariales: lógica económica para mercado de exportación** (materias primas, banano, café) vs **Actores locales: valorización del patrimonio territorial, protección del nombre, aumentar y distribuir ingresos** (pequeño productor, sin capacidad de gestión empresarial, informal, sin infraestructura productiva, desvinculados de cadenas de valor).

- ✓ **Continúa los “fraudes”:** algunos productos registrados se venden en el mercado sin autorización (sin sello, sin control, por actores locales y externos).
- ✓ La implementación/gestión **no parece funcionar por nuestras tradicionales “organizaciones de productores”** en temas como gestión, control, trazabilidad (si se retira el acompañamiento y se debilita o desaparece el proceso) (CR debe ser figura dedicada).
- ✓ Dificultad para superar la **informalidad productiva y comercial** (calidad, volumen, almacenamiento, transporte, entregas, forma de pago por los mercados formales).
- ✓ El **consumidor** nacional, promedio, no sabe que son los “sellos”, no son culturales, el “origen” no siempre es un movilizador (la población media consume “marcas”, criterio precio, productos saludables...) (aunque el consumo alimentario es “latino”).
- ✓ **Demandas jurídicas** por sectores “afectados” (contra DO Tarrazú: ICAFÉ y Queso Turrialba).
- ✓ **Situación regional poco sistematizada:** difícil evaluar factores críticos e impacto.

# Algunos beneficios “intermedios”

- ✓ Más en “**valorización**” (local, biocultural, resultado del proceso IG) que en “**diferenciación**” (mercado, VA, resultado de la implementación IG).
- ✓ Mayor cohesión y capacidad para la **acción colectiva local**.
- ✓ Refuerzo de la **identidad y autoestima local**: toma de conciencia del valor patrimonial territorial del producto.
- ✓ Mejoramiento de **imagen social del producto y territorio** (prestigio) por **difusión mediática** y valorización en el imaginario colectivo de consumidores (con beneficios sobre preferencia en nichos de mercado, turismo, ferias locales).
- ✓ Atracción de **apoyos institucionales** (capacitación, extensión, infraestructura productiva, inversión: infraestructura, laboratorio de calidad).
- ✓ Productos originarios sustentados en estudios científicos, algún **bagaje científico profesional institucional**.
- ✓ Muchas organizaciones quieren **seguir**, pero no saben cómo hacerlo y no encuentran respaldo.

LEONARDO  
GRANADOS  
ROJAS

Coordinador CadenAgro  
[cadenagro@una.cr](mailto:cadenagro@una.cr)

# MUCHAS GRACIAS



[www.cadenagro.org](http://www.cadenagro.org)

Face Book