



**HAL**  
open science

## Principales discursos alrededor de las IGs en España: implicaciones para el diseño de políticas públicas

Omar V. Guadarrama-Fuentes, Jose Maria Gil

### ► To cite this version:

Omar V. Guadarrama-Fuentes, Jose Maria Gil. Principales discursos alrededor de las IGs en España: implicaciones para el diseño de políticas públicas. Worldwide Perspectives on Geographical Indications, Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement [Cirad], Jul 2022, Montpellier, Francia. hal-03791213

**HAL Id: hal-03791213**

**<https://hal.science/hal-03791213v1>**

Submitted on 29 Sep 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Principales discursos alrededor de las IGs en España: implicaciones para el diseño de políticas públicas.

Guadarrama-Fuentes O.V., Gil J.M.<sup>1</sup>

**Resumen** – Las indicaciones geográficas (IG) son un método de producción multifuncional en el sector agroalimentario que trata de ofrecer productos diferenciados ligados a una identidad territorial y al mantenimiento de unos recursos naturales y a una tradición cultural y gastronómica que difícilmente podrían competir con la agricultura convencional. Son numerosos los estudios en la literatura que han abordado el posible impacto de las IGs desde múltiples puntos de vista. El objetivo de este trabajo se centra, precisamente, en analizar los principales discursos que se articulan alrededor de las IGs, tratando de extraer las principales ideas que subyacen desde una perspectiva global que orienten a los agentes de la cadena en el diseño de estrategias comerciales y a los responsables públicos en el diseño de las políticas públicas. Para alcanzar el mencionado objetivo, el enfoque adoptado se basa en la metodología Q. Los resultados indican que alrededor de estos sistemas se articulan tras grandes discursos: uno en línea con el discurso orientado a los aspectos regulatorios, otro que destaca los valores intangibles del alimento y un tercero con una visión sostenible.

**Palabras clave:** Discurso IG en España; Metodología Q, Políticas públicas.

## INTRODUCCIÓN

Las indicaciones geográficas (IG) son un método de producción multifuncional en el sector agroalimentario que surge como alternativa a una agricultura intensiva basada en reducir costes de producción unitarios aprovechando economías de escala. Trata de ofrecer productos diferenciados ligados a una identidad territorial y al mantenimiento de unos recursos naturales y a una tradición cultural y gastronómica que difícilmente podrían competir con la agricultura convencional. Por tanto, las IGs se articulan en torno a tres elementos: el origen, el entorno geográfico de producción y el saber hacer. Existen numerosos esquemas o distintivos asociados a las IGs, pero las que han tenido un desarrollo reglamentario más profundo y más reconocimiento son dos: las Denominaciones de Origen Protegidas (DOPs) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGPs). La literatura no ha sido ajena a este proceso y en los últimos años, se ha desarrollado una extensa literatura centrada en el análisis del impacto de las IG desde múltiples puntos de vista y utilizando una gran diversidad de enfoques metodológicos.

La mayor parte de los trabajos se han centrado en resaltar los beneficios económicos, como la generación de valor añadido, el diferencial positivo de precios y su demanda potencial o el incremento de la rentabilidad de los socios de las IGs (Réquillart, 2007). Un grupo menos numeroso de trabajos se han centrado en analizar sus beneficios ambientales, tales

como la protección de especies locales, el fomento de la biodiversidad, la protección de paisajes, el mantenimiento de prácticas agrícolas tradicionales o el uso razonable de los recursos naturales (Belletti et al., 2015; Marescotti et al., 2020). En el ámbito social, la literatura ha puesto el foco en su capacidad para la generación de empleo local y la disminución del éxodo rural, así como su contribución a la identidad cultural y territorial (Bérard & Marchenay, 2006; Bowen & Zapata, 2009). Como se puede observar, una misma realidad ha sido analizada desde enfoques muy diferentes aportando una gran variedad de discursos que pretenden justificar la existencia de estas IGs. No existen, sin embargo, trabajos que aborden los diferentes discursos existentes alrededor de las IGs de una forma holística, esto es, cómo las IGs son percibidas globalmente por las personas que, de una forma u otra, trabajan alrededor de las mismas.

El objetivo de este trabajo se centra, precisamente, en analizar los principales discursos que se articulan alrededor de las IGs. Para alcanzar el mencionado objetivo, el enfoque adoptado se basa en la metodología Q cuyo objetivo es analizar las subjetividades inherentes en las percepciones de los seres humanos de forma estructurada y capaz de ser interpretadas de forma estadística. Aunque cada individuo puede obtener un discurso diferente, de los que se trata es de identificar factores comunes que permiten sintetizar esos discursos individuales en un número reducido de discursos capaces de recoger esos patrones comunes.

## METODOLOGÍA

La metodología Q, fue creada en 1935 por el psicólogo y físico inglés William Stephenson con el fin de estudiar la subjetividad de los individuos frente a cualquier situación. La metodología Q combina elementos de la investigación cualitativa y cuantitativa.

La técnica Q se integra por 5 fases (Fig. 1), se comienza con el Q-sample o recopilación de información, en la que se empleó el análisis de 26 documentos que permitieron identificar 4 argumentos IG: económico; económico-social; económico-ambiental y sostenible, de los cuales se extrajeron 44 enunciados que integran el Q-Set. El P-Sample se integró por 35 participantes, 5 representantes de las Comunidades Autónomas, 12 investigadores y 18 Consejos Reguladores (11 DOP y 7 IGP). El Q-sorting elegido es una cuadrícula con un valor central de 0 y valores extremos de -5 y +5, en la cual cada participante distribuyeron los 44 enunciados para posteriormente analizar los datos con el software libre PQMethod versión 2.35 empleado el método de extracción de factores delentroides de Horst, con una rotación varimax.

## RESULTADOS

Los resultados del análisis factorial permitieron construir 3 perfiles.

<sup>1</sup> Guadarrama-Fuentes, O.V. pertenece a CREDA-UPC-IRTA, Castelldefells, España ([omar.vicente.guadarrama@upc.edu](mailto:omar.vicente.guadarrama@upc.edu))  
Gil, J.M. pertenece a CREDA-UPC-IRTA, Castelldefells, España ([Chema.gil@upc.edu](mailto:Chema.gil@upc.edu))

**Factor 1. Visión institucional y de gobernanza.**

Se trata de un argumento o discurso institucional muy en la línea de lo que defendió la Unión Europea cuando reguló por primera vez estas certificaciones. Las Indicaciones Geográficas son considerados como sistemas de producción orientados al desarrollo local y la sostenibilidad, cuyos objetivos son preservar, proteger y promover un alimento; respetar un territorio y fomentar un saber hacer tradicional. La fortaleza de la IG radica en el marco jurídico europeo, nacional y regional, que a través del reglamento y el pliego de condiciones de cada DOP/IGP permite definir la política de actuación y las atribuciones de los consejos reguladores. Para ello se apoyan en el marco jurídico europeo, nacional y regional, expresado a través del Pliego de Condiciones y el reglamento de cada IG y del papel del CR como ente de gestión, coordinación y promoción. También se destaca la importancia del sello DOP e IGP como elemento publicitario y de confianza.

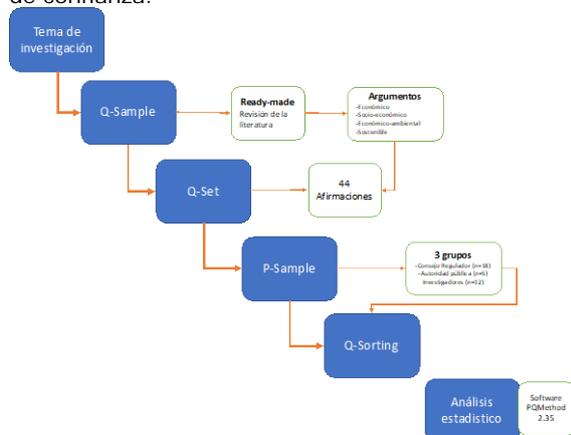


Figura. 1 Proceso de la metodología Q aplicada a las IG españolas.

Este factor explica el 14% de la varianza 11 opiniones, principalmente de personas relacionadas con los CR y 2 investigadores. Las IG de este grupo en su mayoría cuentan con un gran número de pequeños productores, con una producción limitada y orientada al mercado local.

**Factor 2. Identidad cultural y valores simbólicos intangibles**

El segundo argumento destaca los elementos simbólicos intangibles asociados al producto, el patrimonio cultural y gastronómico. Este factor explica el 12% de la varianza agrupando a 11 opiniones, de investigadores y administraciones territoriales.

El argumento parte de la importancia de la tradición y del patrimonio gastronómico local como generadores de identidad y pertenencia al territorio. Otro aspecto que se destaca es la agregación de valor y la promoción de los productos en el mercado basados en valores intangibles.

Una línea de este argumento destaca una relación directa entre beneficio económico y valores intangibles, estipulando que por medio de los segundos se puede mejorar el ingreso de los socios, incentivar la competitividad y la innovación en la producción si afectar las características intrínsecas del producto. Sin embargo, este discurso minimiza la existencia de efectos negativos ambientales asociados a una mala praxis agrícola o ganadera y a la sobreexplotación de los recursos naturales.

**Factor 3. La IG como promotora de la sostenibilidad.**

Finalmente, el tercer factor, que explica el 11% de la varianza, está asociado a 8 opiniones de Administraciones Públicas y CR de IG pequeñas, con una presencia marcada en el mercado local.

A diferencia de los argumentos anteriores, este argumento tiene una preocupación por la sostenibilidad en los sistemas de producción IG. Busca por una parte alcanzar el éxito económico de los inscritos, mientras que, por la otra, destaca la importancia de preservar los recursos naturales y evitar la sobreexplotación del territorio; además de destacar el papel que tienen los alimentos certificados en el colectivo idiosincrático local, contribuyendo a la identidad cultural.

Para este grupo es importante velar por el crecimiento de la IG sin que ello conlleve una masificación en la producción y convierta al alimento, en un producto elaborado bajo reglas de producción en serie perdiendo su esencia e importancia en el territorio.

**Consideraciones finales**

Un elemento común que ha aparecido en los tres discursos que acabamos de describir es que para alcanzar los objetivos de las IGs es imprescindible un sistema de gobernanza sólido y transparente que ayude a los socios al cumplimiento de los estándares fijados. Los Consejos reguladores son instituciones de derecho público que efectúan una labor fundamental no sólo garantizando el cumplimiento del pliego de condiciones técnicas sino como un eje vertebrador que garantice la sostenibilidad futura de las IGs. Por un lado, debe de coordinar las labores de promoción de los productos y de los elementos asociados a ellos, como han ido haciendo hasta la fecha. Pero debe de ir un poco más allá tratando de coordinar las actividades de los socios independientemente del tamaño de los mismos, prestando más atención hacia los más vulnerables. Debe fomentar la cohesión a lo largo de la cadena tratando de ajustar oferta y demanda. Finalmente, debe de orientar a los socios hacia un sistema más sostenible fomentando activamente la utilización de técnicas de producción más eficientes tanto desde el punto de vista del uso de los recursos (agua y energía), como desde el punto de vista del impacto ambiental, fomentando la reducción de emisiones y la circularidad, aspectos en los que ha jugado, hasta el momento un papel secundario. Para ello es necesario una mayor coordinación entre las diferentes IGs para el diseño de estrategias conjuntas independientemente del producto que se trate. Aspectos relacionados con la innovación debe de ser abordados de forma conjunta.

**REFERENCIAS**

Belletti, G., Marescotti, A., Sanz-Cañada, J., & Vakoufaris, H. (2015). Linking protection of geographical indications to the environment: Evidence from the European Union olive-oil sector. *Land Use Policy*, 48, 94–106.

Bérard, L., & Marchenay, P. (2006). Local products and geographical indications: Taking account of local knowledge and biodiversity. *International Social Science Journal*, 58(187), 109–116.

Bowen, S., & Zapata, A. V. (2009). Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 108–119.

Marescotti, A., Quiñones-Ruiz, X. F., Edelmann, H., Belletti, G., Broscha, K., Altenbuchner, C., Penker, M., & Scaramuzzi, S. (2020). Are protected geographical indications evolving due to environmentally related justifications? An analysis of amendments in the fruit and vegetable sector in the European union. *Sustainability*, 12(9).

Réquillart, V. (2007). On the Economics of Geographical Indications in the EU. "Geographical Indications, Country of Origin and Collective Brands: Firm Strategies and Public Policies," 1–20.