

## ESTUDIO SOBRE LA SOSTENIBILIDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS IG

### RESUMEN EJECUTIVO

#### Contenido

Estudio sobre la sostenibilidad de las pequeñas y medianas IG	1
Estructura del estudio	2
Objetivos del estudio	2
<b>Parte 1: Introducción y antecedentes</b>	<b>3</b>
<b>Parte 2: Recogida y análisis de datos</b>	<b>4</b>
<b>Parte 3: El cuestionario para las regiones y los resultados</b>	<b>5</b>
<b>Parte 4: Estudios de caso y resultados</b>	<b>6</b>
<b>Parte 5: Conclusión y recomendaciones políticas</b>	<b>7</b>

## ESTRUCTURA DEL ESTUDIO

El estudio se divide en cinco partes principales.

1. **La introducción** pretende **contextualizar el concepto de sostenibilidad**, proporcionando las definiciones más aceptadas en la literatura y por las instituciones. La sostenibilidad se aborda desde la perspectiva de las dimensiones económica, social y medioambiental. Además, la introducción explica el **contexto legislativo pertinente**, destacando cualquier política o estrategia de la UE que tenga en cuenta la sostenibilidad y que implique a las IG.
2. **La primera parte** presenta el trabajo de recopilación y análisis de **datos realizado** sobre 489 IG pertenecientes a algunas regiones socias de AREPO. Esta fase permite conocer el tamaño de los sistemas de IG y sus características económicas y de producción, confirmando así algunas de las conclusiones de los estudios realizados por organismos e instituciones europeas y nacionales.
3. **La segunda parte** del estudio presenta el **cuestionario** enviado a las regiones socias de AREPO **y el análisis de las respuestas recibidas**. El cuestionario nos permitió comprender la percepción que tienen las regiones de las IG pequeñas y medianas. También destacó las estrategias virtuosas que ya se han puesto en marcha en algunas regiones para apoyar a las IG con dificultades.
4. **La tercera parte** implica a seis pequeñas y medianas IG a nivel europeo. Con el apoyo de las regiones, se seleccionaron seis IG y se contactó con ellas para realizar **estudios de caso** y profundizar en los retos a los que se enfrentan desde el punto de vista de los productores.
5. **Por último**, las **conclusiones** son el instrumento para condensar los principales resultados del estudio y ofrecer **recomendaciones políticas y técnicas** dirigidas a las instituciones europeas, las regiones y las organizaciones de productores. Centrarse en las buenas prácticas y aportar sugerencias puede ser el primer paso para construir una estrategia eficaz de apoyo a las pequeñas y medianas IG con dificultades.

## OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El estudio surge de la petición de algunas regiones socias de AREPO de examinar la sostenibilidad de las pequeñas y medianas IG. Más concretamente, la cuestión se deriva del estudio encargado por la Comisión Europea (CE) titulado "[Estudio sobre el valor económico de los sistemas de calidad de la UE, las indicaciones geográficas \(IG\) y las especialidades tradicionales garantizadas \(ETG\)](#)".

**Este estudio pone de manifiesto el gran potencial del sector de las IG**, confirmando su impacto positivo como herramienta de desarrollo rural y territorial.

**El impacto positivo** está relacionado principalmente con el aumento de los ingresos de los productores, el desarrollo de un sector intensivo en mano de obra, el fomento de la diversificación de la producción y el apoyo a la promoción. También existen **externalidades positivas**, como la preservación de las tradiciones, el refuerzo cultural, la estructuración de una red social activa, la coordinación entre los productores y otros actores de la cadena, la creación de estructuras de gobernanza, el fomento del turismo, la comercialización territorial, la protección de los derechos de propiedad intelectual, el fomento de la competencia leal para los productores, la preservación de los paisajes, etc.

Sin embargo, de este estudio y de la literatura surgen **elementos negativos** que muestran **importantes disparidades sectoriales**. Las disparidades se ponen de manifiesto principalmente en el ámbito de la

Mayo de 2022

producción económica y se refieren a las disparidades entre los Estados Miembros (EM), a las disparidades regionales y también a las disparidades dentro de las categorías y los sectores de producción.

Los datos sobre la producción económica sirven como indicadores para identificar las lagunas de ciertos mecanismos. Estas lagunas deben destacarse para permitir una posible intervención.

Por lo tanto, el estudio pretende examinar la **falta de homogeneidad de los sistemas de la cadena de suministro a diferentes niveles, comprender las razones que socavan la sostenibilidad de las cadenas de suministro de las IG** (especialmente las pequeñas y medianas) e investigar por qué algunas IG se vuelven improductivas con el tiempo.

Al final del estudio, el **objetivo de AREPO es proporcionar directrices y recomendaciones políticas** sobre posibles estrategias para implementar y sostener la sostenibilidad de las pequeñas y medianas IG.

## PARTE 1: INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES

**El concepto de sostenibilidad** es uno de los más actuales y tiene aplicaciones en muchos ámbitos, no solamente en la agricultura y el sector agroalimentario.

La idea de sostenibilidad es global y no tiene una única definición. En la literatura y para las instituciones, a menudo se hace referencia a una definición publicada en el informe "[Nuestro futuro común](#)" de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. El **desarrollo sostenible** se define como *"el desarrollo que satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades"*.

Por otro lado, las definiciones más recientes provienen principalmente de las publicaciones de las instituciones, pero no existe una definición precisa a nivel de la UE. A continuación, se ofrece un resumen de las definiciones de sostenibilidad de la literatura consultada en relación con el sector agroalimentario.

**Sostenibilidad económica:** garantizar la eficacia económica y los ingresos de las empresas. El sistema debe generar ingresos y **empleo a largo plazo**, beneficiando a los productores a lo largo de la cadena de producción, desde el productor hasta el consumidor. A nivel económico, la sostenibilidad y el desarrollo sostenible se refieren a **un crecimiento empresarial inteligente**, con una planificación a largo plazo, una acción de reducción de costes y una **inversión en investigación y desarrollo**.

**Sostenibilidad social:** garantizar la calidad de vida, la seguridad y los servicios a los ciudadanos. La sostenibilidad social se consigue **reforzando la cohesión social** y permitiendo la participación de todos los ciudadanos, creando conexiones y redes entre los productores y los consumidores. La creación de redes entre las diferentes partes interesadas refuerza la red social y la conciencia de los consumidores de formar parte de un sistema de calidad. El plan de IG también tiene un impacto en el **ámbito educativo** al atraer a los jóvenes a la producción y fomentar el relevo generacional. Además, la sostenibilidad social también tiene que ver con las oportunidades justas, tener en cuenta la ética y promover el desarrollo de la comunidad. El concepto de sostenibilidad social también incluye la **nutrición** y la comunicación adecuada con el consumidor.

**Sostenibilidad medioambiental:** garantizar la disponibilidad y la calidad de los recursos naturales, respetar el medio ambiente en todas sus formas y poner en práctica una especie de **resiliencia renovable frente a los nuevos desafíos climáticos**, ahora exacerbados por la acción humana. Los pilares de la sostenibilidad medioambiental en la alimentación incluyen la reducción del uso de la tierra y de recursos como el agua y la

energía, la **reducción del desperdicio de alimentos**, la **conservación de los paisajes y el mantenimiento de la biodiversidad** y la protección del medio ambiente.

La intersección de conceptos conduce a otro punto de vista:

- **Sostenibilidad económica y social:** la intersección de las dos visiones de la sostenibilidad hace hincapié en la fiscalidad justa, la ética empresarial, el comercio, los derechos laborales y la gobernanza sostenible (es decir, desde los grupos de gestión a varios niveles hasta las instituciones y las organizaciones de productores).
- **Sostenibilidad social y medioambiental:** la intersección conduce a un mayor respeto por el medio ambiente y los lugares en los que vivimos, la participación pública en acciones medioambientales positivas, informes y publicaciones.
- **Sostenibilidad medioambiental y económica:** la intersección de estos dos conceptos conduce a la mejora de la eficiencia energética en la producción, el desarrollo y el uso de subvenciones específicas y todas las acciones, incluidos los créditos de carbono, para promover la reducción de las emisiones.

A nivel legislativo de la UE, ya existen muchas estrategias y políticas para promover la sostenibilidad de los sistemas de producción agroalimentaria.

Se hace referencia a las acciones establecidas en la **Política Agrícola Común**, la **Estrategia Farm to Fork**, la **Política de Etiquetado de los Alimentos**, la **Política de Agricultura Ecológica**, la **Visión a Largo Plazo de las Zonas Rurales**, las **Políticas de Agricultura del Carbono**, las **Políticas de Seguridad Alimentaria**, el **Plan Europeo de Lucha contra el Cáncer**, la **Política de Promoción**, el **Plan de Acción de la Propiedad Intelectual** y la **Política Comercial**.

## PARTE 2: RECOGIDA Y ANÁLISIS DE DATOS

En la segunda parte se analizan los datos presentados por el mencionado estudio encargado por la CE.

A nivel productivo y económico, se observa que, en 2017, nueve productos, correspondientes al 0,3% del total de las IG registradas en la UE, representaron el 27% del valor total de las ventas.

Así, veinticuatro productos agroalimentarios representan el 42% del valor total de las ventas. El 90% de las IG agroalimentarias representan el 40% del valor de las ventas.

Los sectores dominantes son los **productos lácteos** (ya que la mayor parte de la facturación está relacionada con el queso), **los productos cárnicos** y la **cerveza**.

**El término IG de pequeña y mediana escala se refiere al tamaño económico y a la zona de producción. Si nos fijamos exclusivamente en el sector agroalimentario**, las IG a pequeña escala abarcan las cadenas de valor con un valor de ventas inferior a 1 millón de euros. En 2017, representaban el 48% del número total de IG en la UE (unas 1.600), pero únicamente el 0,5% del valor total de las ventas de IG (con un valor económico de 418 millones de euros).

A continuación, el estudio recopiló datos actualizados hasta 2019-2020 sobre 489 IG pertenecientes a veintidós regiones europeas diferentes y a cuatro EM. Los datos recogidos **incluían datos geográficos y descriptivos** (geografía, producto, IG, categoría, gobernanza, superficie), **datos de producción** (superficie/número de productores, cantidad producida, cantidad regional, producción certificada, cantidad exportada) y **datos económicos** (volumen de negocio, ingresos por exportación, precio de origen y final, valor regional).

Mayo de 2022

Según los datos recogidos, las **disparidades se confirman**. En las distintas regiones, los sectores dominantes son el queso, la carne y la cerveza, pero existen disparidades entre las IG y entre las regiones y los EM.

Las cifras han demostrado que el sistema actual es muy eficaz para las IG que implican a un gran número de productores y con un alto nivel de coordinación de la cadena. Por otro lado, tiene deficiencias cuando las cadenas de IG son "pequeñas". Las **disparidades entre las cadenas de IG provocan entonces dificultades en la evaluación**.

A nivel de los Estados miembros, según los datos de 2017, Francia e Italia tienen un valor económico relacionado con las IG de más de 10.000 millones, Alemania y España tienen un valor de entre 5.000 y 10.000 millones, mientras que los otros 19 Estados miembros tienen un valor económico relacionado con las IG de menos de 1.000 millones.

Por lo tanto, los principales resultados pueden resumirse como sigue:

- **Desigualdad** económico-productiva dentro de **una misma región**;
- **Desigualdad** económico-productiva **entre sectores** (dentro la región y entre regiones);
- **Distribución desigual de las IG entre los Estados miembros**;
- **Bajos niveles de exportación**: la mayoría de las IG sólo comercializan el producto en una zona, dentro de la región y como mucho en el mercado nacional;
- Muchos fabricantes producen de acuerdo con los pliegos de condiciones del producto, pero no lo certifican;
- Varias IG tienen volúmenes de producción y económicos bajos;
- Algunas IG están en declive o son improductivas desde hace años.

### PARTE 3: EL CUESTIONARIO PARA LAS REGIONES Y LOS RESULTADOS

El cuestionario se diseñó para conocer la percepción de las regiones sobre las IG pequeñas y medianas.

El cuestionario está dividido en tres partes principales con diferentes objetivos:

- **"SITUACIÓN ECONÓMICA - PEQUEÑAS IG EN PELIGRO DE EXTINCIÓN"**: Tras una breve introducción a los datos económicos y de producción, se invitó a los representantes de las regiones a responder a preguntas sobre la percepción de las pequeñas IG. En algunos casos, algunas IG han desaparecido por el cese de la producción o por la decisión de dejar de certificar el producto.
- **PROTECCIÓN Y ESTRATEGIA**: Se pidió a los representantes de las regiones que indicaran cuáles son las prioridades de la protección de la IG y qué áreas de intervención son las más relevantes.
- **SUGERENCIAS**: Se invitó a los representantes de las regiones a expresar sus opiniones, sugerir soluciones y proporcionar información sobre las buenas prácticas actuales.

El cuestionario está estructurado en 39 preguntas: cerradas, semicerradas y abiertas. **20** regiones socias de AREPO de Grecia, Francia, Italia, España y Alemania proporcionaron respuestas muy detalladas.

Las regiones han señalado **más de cincuenta indicaciones geográficas que han desaparecido o están en extrema dificultad**.

Según las regiones, las tres razones principales de la desaparición de las indicaciones geográficas pequeñas y medianas son

1) **Falta de sostenibilidad económica**.

2) **Falta de una estrategia de promoción común.**

3) **Coste de la certificación demasiado elevado en relación con los ingresos.**

Para completar el cuadro, otro problema percibido es la **falta de cambio generacional**.

Además, la encuesta revela opiniones que aún no se han tenido en cuenta, como la **falta de confianza de los productores** en el sistema de IG y la **falta de flexibilidad del sistema burocrático**. Se trata, en particular, de la falta de flexibilidad en los procedimientos burocráticos para las solicitudes de modificación de los pliegos de condiciones de los productos.

La mayoría de las regiones creen que **las IG en riesgo de desaparecer deberían recibir más apoyo institucional**, aunque en algunos casos se informa de que ya reciben subvenciones de las autoridades regionales. Ya se han puesto en marcha varias estrategias, sobre todo de apoyo económico.

Las regiones creen que es necesario **poner en marcha una estrategia dedicada a este sector**, pero no todas están de acuerdo con una estrategia europea. Se **considera que las acciones son principalmente locales, adaptadas al territorio y al sector productivo en cuestión**.

Algunas regiones subrayan que el **cambio climático no es un factor que deba subestimarse**. A menudo los productores, especialmente los que se dedican a la agricultura y a la producción de fruta, se enfrentan a catástrofes climáticas que les hacen perder gran parte de su producción.

Por último, las regiones sugieren lo siguiente:

- Dar más apoyo a las pequeñas y medianas IG;
- **Apoyar a las pequeñas y medianas IG mediante el desarrollo sostenible;**
- **Invertir en educación y formación** (tanto para los productores como para los consumidores);
- **Invertir más en comunicación y promoción;**
- **Apoyar la reducción de la burocracia;**
- **Estimular la recogida de más datos** para comprender mejor las cadenas de suministro de las IG;
- **Promover el intercambio de buenas prácticas.**

#### PARTE 4: ESTUDIOS DE CASO Y RESULTADOS

Se seleccionaron seis estudios de caso para obtener las opiniones de los productores. La selección se realizó en colaboración con los ministerios regionales.

La elección de las cadenas de producción para los estudios de caso cumplían los siguientes criterios: **La homogeneidad del tamaño** (micro, pequeñas y medianas producciones), la homogeneidad **de la denominación** (DOP/IGP), la **naturaleza del producto** (procesado/semiprocado/fresco) y la **homogeneidad del origen** (entre las regiones miembros de AREPO). El objetivo era **tener un equilibrio dentro de los estudios de caso y entender si algunos problemas eran específicos solamente de ciertos tipos de productos**.

Las entrevistas duraron una media de una hora y se estructuraron según una lógica precisa.

##### Presentación del producto:

En la primera parte, se **hicieron preguntas generales para entender el producto y la cadena de suministro**. Cuestiones que se plantean la estructura de la cadena de producción, incluyendo datos económicos y de producción del año anterior (volumen de negocio, volumen de producción, precios de venta, precios de

Mayo de 2022

estante, diferencias con los productos no certificados, tendencias de los últimos años, etc.). La intención era explorar la estructura de gobernanza y la dinámica entre los actores.

### **Sostenibilidad económica:**

Desde el punto de vista económico, el objetivo era comprender los costes y los problemas de la producción.

### **Sostenibilidad social:**

El objetivo era comprender la estructura de producción, los vínculos, las relaciones con los consumidores, las actividades de promoción turística y la participación de los jóvenes para promover el cambio generacional.

### **Sostenibilidad medioambiental:**

El objetivo de las preguntas era conocer el alcance de los efectos del cambio climático, el impacto del uso de pesticidas y fertilizantes y la relación con la producción ecológica.

### **Gobernanza sostenible:**

Por último, el objetivo era comprender el funcionamiento de las organizaciones de productores y el vínculo con organizaciones y autoridades locales y regionales. El objetivo final era conocer el tipo de apoyo que reciben y el grado de implicación de estas organizaciones.

Los estudios de caso analizados son: **Gata-Hurdes DOP** (aceite de oliva virgen extra) y **Patatas de Prades IGP** (patatas) para España, **Höri Bülle IGP** (cebolla) para Alemania, **Marrone di Caprese Michelangelo DOP** (castaña) para Italia, **Pefkothymaromelo Kritis DOP** (miel) para Grecia y **Valençay DOP** (queso de cabra) para Francia.

Los resultados son en parte incoherentes con las opiniones de las regiones. Esto indica simplemente que hay diferentes prioridades y no es un signo de discordia o asimetría de información.

Los productores, por su parte, hicieron hincapié en la falta de **sostenibilidad de la gobernanza**. Esto se debe al bajo nivel de implicación de los productores en la cadena y en el sistema de IG y a un bajo nivel de coordinación entre ellos. Cuando la gobernanza es débil o inexistente, toda la cadena se resiente.

Además, existen problemas relacionados con la sostenibilidad económica debido al coste de la certificación y a la **dificultad de invertir en promoción**.

En algunos casos, se destaca la falta de relevo generacional, la complejidad de la burocracia y las cargas asociadas.

Algunos productores observan cambios en el impacto del medio ambiente y del clima en su producción. Sin embargo, desde el punto de vista de la sostenibilidad medioambiental, la percepción del problema es baja. Se necesita más apoyo y medidas de acompañamiento por parte de las regiones para aumentar la concienciación y la comprensión del potencial de esta cuestión.

## **PARTE 5: CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES POLÍTICAS**

A la luz de los resultados de esta investigación, **AREPO ha propuesto las siguientes recomendaciones:**

- **Fortalecimiento de las agrupaciones de productores:** Para reducir la polarización del poder de negociación, es necesario fortalecer las agrupaciones de productores y animarlas a invertir en la cadena de suministro. Este proceso también debería abordarse mejorando la sensación de confianza

de los productores en el sistema de IG. Además, la educación y la formación pueden ser herramientas poderosas para crear grupos de productores robustos que estén bien posicionados en el mercado y sean capaces de transmitir una imagen territorial.

- **Agilizar los procedimientos burocráticos.**
- **Implementar una definición de sostenibilidad a la que hacer referencia en la legislación europea.**
- **Aumentar la disponibilidad de datos administrativos y estadísticos sobre el régimen de las DOP/IGP con respecto a la UE y de los Estados miembros:** el análisis de los datos es el primer paso para un seguimiento claro del desarrollo de las IG y, por consiguiente, del territorio. Es aconsejable fomentar la recopilación y el intercambio de datos, especialmente entre regiones, organismos e instituciones de investigación.
- **Invertir en investigación sobre IG.**
- **Apoyar el potencial de las IG en otros sectores relacionados:** introducir las IG en las políticas de otros sectores fuertemente vinculados a la producción de IG, por ejemplo, el turismo, el suministro de alimentos, la promoción y la conservación de la biodiversidad, garantiza el pleno desarrollo del potencial del sistema y anima a las pequeñas y medianas IG a diversificar su potencial.
- **Seguir apoyando la política de promoción de los productos con IG:** mantener y aumentar un presupuesto adecuado para los productos con IG, financiar la ejecución de pequeños proyectos para llegar a más productores, aumentar la tasa de cofinanciación de la UE y simplificar los procedimientos de participación y solicitud.
- **Crear un foro de intercambio de IG:** es aconsejable crear una mesa/comisión/consejo/foro que se reúna a lo largo del año para apoyar a los productores y a los sistemas de gestión en cuestiones locales y de actualidad.
- **Proporcionar un apoyo adecuado a la digitalización:** fomentar la transición digital, exigiendo a los sistemas de gestión y a los productores que digitalicen los expedientes, los datos y el papeleo para desarrollar un proceso burocrático racionalizado y reducir la asimetría de la información entre el mundo de la producción y los organismos gubernamentales regionales.
- **Más educación y concienciación sobre el sistema de las indicaciones geográficas.**
- **Estimular la publicación de guías regionales y locales como material de formación para los diferentes actores de la cadena de suministro:** los temas más relevantes son la coordinación entre productores, la gobernanza, el acceso a los fondos públicos y la transición hacia la sostenibilidad.
- **Reforzar el intercambio de buenas prácticas e información entre los diferentes actores del sistema.**
- **Campañas de comunicación activa:** mejorar la comunicación sobre todas las características del producto, incluyendo la promoción y la educación.
- **Reforzar la gobernanza a todos los niveles.**
- **Promover la integración de medidas voluntarias sobre la sostenibilidad medioambiental:** apoyar a los productores en la transición en línea con el Green Deal y la estrategia "de la granja a la mesa", ayudándoles a entender y aplicar el concepto de sostenibilidad medioambiental.