

PROTOCOLO No. 4

MECANISMOS DE DIFERENCIACION

Noviembre de 2018



CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	3
2. DEFINICIONES	4
Diferenciación de productos	4
3. OBJETIVO	5
4. AMBITO DE APLICACIÓN	5
5. FUNDAMENTO NORMATIVO	5
6. PROCEDIMIENTO E IMPLEMENTACIÓN	7
6.1 Sellos de producción orgánica.	9
6.2 Sellos de consideración del medio ambiente	11
6.3 Sellos de identidad territorial	12
6.4 Sellos de comercio justo (fair trade)	15
6.5 Marcas individuales o colectivas	16
6.6 Sello de Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria (ACFC)	17
6.7 Aval de confianza	17
6.8 Sistemas Participativos de Garantías (SPG).....	18
7. CONCLUSIONES	19
8. BIBLIOGRAFÍA	20

PROTOCOLO No. 4

MECANISMOS DE DIFERENCIACION

1. INTRODUCCIÓN

En este protocolo se presentan orientaciones técnicas y normativas sobre diferentes mecanismos de diferenciación de productos, que permitirá al lector entender aspectos básicos relacionados con su aplicabilidad para el desarrollo de los negocios verdes y sostenibles.

Para acceder a un sello resultado de la implementación de un mecanismo de diferenciación, se debe garantizar que el proceso de producción y elaboración se rijan bajo protocolos determinados para tales fines, por agentes externos o por los mismos productores, dependiendo del tipo de sello o estrategia de diferenciación. Los tipos de sellos más importantes que se conocen para los productos agropecuarios y agroindustriales son de producción orgánica, de consideración del medio ambiente, de identidad territorial y de comercio justo ((IICA-PRODAR & FAO, 2009). Los sellos se identifican con un logotipo que certifican que un producto está elaborado siguiendo las normas establecidas por comunidades, países o regiones.

Este documento se elaboró en el marco del contrato No. 0378 del 2018 suscrito entre la Corporación Biocomercio Sostenible – CBS Colombia y la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca – CVC.



2. DEFINICIONES

Diferenciación de productos: son mecanismos que se implementan en la producción y obtención de productos para informar al consumidor que se incluyen factores que inciden en la salud, la nutrición, la sostenibilidad de los recursos naturales, la conservación del paisaje o la cultura, la participación de ciertos actores sociales en la producción y/o comercialización, entre otros. Además del ofrecimiento de servicios que garanticen que se dispone del bien en el momento preciso, en el lugar adecuado y con la calidad esperada. Los productores y agroempresarios buscan la diferenciación de sus productos, de tal manera que éstos se posicionen en el mercado como poseedores de atributos únicos en comparación con otros y sean reconocidos por los consumidores por estas características. (Riveros, 2014).

Sellos de diferenciación: son medios comunes para comunicarles a los consumidores que el producto en cuestión cuenta con los atributos deseados. Estos permiten la distinción del producto en el punto de venta y proporcionan confianza al consumidor, al otorgarle una garantía de conformidad con estándares locales y/o internacionales. (Riveros, 2014).

Marca colectiva: son signos que sirven para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o servicios pertenecientes a empresas diferentes y que lo utilicen bajo el control del titular¹; pueden ser usadas por organismos públicos o privados con personalidad jurídica propia que cumplen con los estándares y características preestablecidos por el titular de la marca que deben ser colectivos de actores con legítimo interés. (Aranda, 2015)

Ecoetiqueta: es un tipo de etiquetado de desempeño medioambiental, y se refiere específicamente a la información que trasmite al consumidor relativo la bondad medioambiental del producto.



3. OBJETIVO

- Generar un documento con lineamientos técnicos y normativos para dar a conocer diferentes mecanismos de diferenciación para productos relacionados con el desarrollo de los negocios verdes y sostenibles.
- Dar a conocer los alcances de los diferentes mecanismos de diferenciación, sus principios, aplicabilidad y avances en Colombia.

4. AMBITO DE APLICACIÓN

El presente protocolo está orientado a asesores, consultores, empresarios, universidades, centros de formación, administradores ambientales, ingenieros ambientales, agrónomos, y afines con enfoque ambiental, que fomentan los negocios verdes y desarrollan productos diferenciados para acceder a nuevos mercados.

5. FUNDAMENTO NORMATIVO

El enfoque de la Misión para la Transformación del Campo – MTC.² parte del reconocimiento de que la política pública en Colombia ha mantenido un sesgo urbano que ha hecho crecer las brechas urbano-rurales dejando a los habitantes del campo rezagados en su desarrollo. Por ello, propone el cierre de esas brechas como un elemento esencial de construcción de paz, en donde una de las principales orientaciones de las políticas de desarrollo rural, se centra en la necesidad de promover un **desarrollo rural competitivo y ambientalmente sostenible**.

El cumplimiento de esta orientación abarca precisiones adicionales sobre **algunos atributos** que diferencian los **productos** como: variedad, grado de madurez, volumen o tamaño de la unidad comercial, formas y tipos de empaque, procedencia, calidad, entre otros; al igual que cumplir con las regulaciones establecidas por las autoridades sanitarias con relación a su inocuidad y los máximos establecidos sobre la residualidad química originada por el uso de agroquímicos. A muchos de estos atributos debe responder el productor y el agente comercial quien se encarga de asegurar que el producto que está transando sí cumple con estas exigencias.

Existen **otros atributos** que pueden ser exigidos por los compradores, los cuales corresponden a la incorporación de algunos **valores agregados** como: fileteado, encerado, secado, transformado en una pulpa o en un concentrado, entre otros. Igualmente se demandan características más complejas como que sean orgánicos, que hayan sido lavados con agua pura o elaborados por una determinada comunidad étnica. (DPN, CRECE. 2014)

² Misión para la Transformación del Campo, (2014). Propuesta para desarrollar un modelo eficiente de Comercialización y Distribución de Productos (Documento técnico para la Misión para la Transformación del Campo). Bogotá D.C.

El **valor agregado** que se les puede dar a los productos y servicios ofrecidos por los pequeños productores es un aspecto importante en muchos proyectos y programas, y está relacionado con el interés en que los productores primarios y los territorios incrementen sus ingresos y su participación en la formación de los precios finales de bienes y servicios. (RIVEROS, 2014)

En Colombia, para que un negocio sea considerado dentro del **Programa de Negocios Verdes y Sostenibles del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible** – MADS, es necesario desarrollar un plan de fortalecimiento orientado a la implementación de requisitos como:

- Tener un impacto ambiental positivo
- No tener una obsolescencia programada
- Reciclabilidad de los materiales y/o uso de materiales reciclados
- Sustituir sustancias o materiales peligrosos
- Uso sostenible de recursos como el agua y la energía en la producción
- Una filosofía de responsabilidad social en cuanto al pago de salarios justos
- Tener en cuenta la cadena de valor hacia el proveedor de los insumos
- Comunicar sobre los atributos sociales y/o ambientales
- Generar un dividendo económico.

Estas características son analizadas a la luz de 42 indicadores. Una vez la empresa cumple con estos criterios, le asignan una calificación, que puede estar en varios niveles, ejemplo: “negocio verde satisfactorio, si cumple con un 51% y 80% del total, “negocio verde avanzado” de 81% a 100% y “negocio verde ideal”, si además cumple con otros criterios adicionales.



6. PROCEDIMIENTO E IMPLEMENTACIÓN

A continuación, se presenta una relación de diferentes tipos de diferenciación, definiciones, consideraciones y ejemplos.

Típos	Definición	Consideraciones	Ejemplos
Sellos de producción orgánica	Le indican al consumidor que el producto no contiene residuos de agroquímicos o medicamentos que puedan ser dañinos para la salud humana o el medio ambiente; la producción se ha realizado con métodos 'naturales' en lugar de 'sintéticos'.	<p>Para que un producto sea considerado como orgánico en el mercado, debe ser controlado a partir de reglamentos de la agricultura orgánica, por entes de control avalados por los gobiernos.</p> <p>La garantía de la procedencia orgánica de los productos es la utilización de los llamados sellos de acreditación ecológica.</p> <p>Los sellos de agricultura ecológica tienen su base normativa en el reglamento 834 /07 de la Unión Europea y en Colombia en la resolución 187 de 2006.</p>	<p>Colombia: Sello de alimento ecológico. Otorgado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - MADR.</p> <p>Resolución MADR 148 de 2004 Sello de Alimento Ecológico.</p>
Sellos de consideración del medio ambiente	Le indican al consumidor que el producto ha sido producido bajo condiciones favorables para el medio ambiente.	<p>Estando la gran mayoría de ellos identificados por sellos que indican el cumplimiento voluntario de pautas establecidas para estos, de manera participativa.</p> <p>El objetivo del Sello Ambiental Colombiano - SAC - es consolidar la producción de bienes ambientales sostenibles e incrementar la oferta de servicios ecológicos competitivos en los mercados nacionales e internacionales.</p>	<p>Colombia: Sello Ambiental Colombiano. Resolución 1555 de 2005 – Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.</p> <p>BirdFriendly. Aplica a plantaciones de café orgánico y de cultivo bajo sombra con el fin de proteger el hábitat de la fauna local; Forest Stewardship Council (FSC). Certifica el manejo y aprovechamiento sostenible de los bosques.</p> <p>Marine Stewardship Council (MSC). Acredita el aprovechamiento sostenible de los mares (especialmente prácticas que evitan la sobrepesca.</p> <p>Rainforest Alliance. Sello de certificación el cual indique que una empresa agrícola, forestal o turística ha sido auditada para cumplir con los estándares que requieren sostenibilidad ambiental, social y económica.</p>

<p>Sellos de identidad territorial</p>	<p>Le indican al consumidor que son productos que están vinculados al territorio en el que se producen o elaboran, sea por circunstancias sociales y culturales y/o por la disponibilidad local de recursos naturales.</p> <p>Se aplica a productos agroalimentarios especialmente y soportan su calidad diferencial sobre la existencia de recursos endógenos del territorio, sean éstos de naturaleza física (condiciones biofísicas), o de naturaleza intangible, (conocimiento o saber hacer local).</p>	<p>Incluyen el nombre del lugar, una ciudad, una región, o un país, donde se produce o elabora el producto y al que se deben sus características, calidad o prestigio.</p> <p>Los productos con calidad ligada al origen inciden para que el producto llegue a ser considerado como un producto con cualidad de típico. (Aranda, 2015)</p>	<p>Denominación de Origen (DO) e Indicación Geográfica (IG).</p> <p>Para la DO, todo el proceso completo de producción, transformación y elaboración debe realizarse en el lugar que le da nombre al producto; para la IG es suficiente que uno de los pasos del proceso se realice en un determinado lugar.</p> <p>Sello Marca País - Colombia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Café de Colombia • Café de Nariño • Café del Cauca • Cholupa del Huila • Bizcocho de Achira del Huila • Cestería en rollo de Guacamaya (Boyacá) • Tejeduría de San Jacinto • Tejeduría Wayuu • Sombrero Aguadeño • Sombrero de Sandoná • Cerámica Artesanal de Ráquira • Queso del Caquetá • Queso Paipa • Mopa mopa • Productos de las abejas de Asoapiaboy
<p>Sellos de comercio justo</p>	<p>Garantiza al consumidor que la obtención de un producto ha respetado a los hombres y mujeres que lo han elaborado (condiciones de trabajo dignas, salario de acuerdo con el nivel del país, entre otros).</p>	<p>Con este tipo de sellos se busca mejorar las condiciones de los productores, pro- moviendo aspectos sociales y legales, de desarrollo sostenible y de equidad, basándose en la transparencia, el diálogo y el respeto.</p>	<p>Sello llamado “Max Havelaar” (Organización Solidaridad) - Holanda</p> <p>Fairtrade, Foundation TransFair y Rättvisemärkt” crearon y lanzaron sus propias campañas y sellos de certificación de comercio justo en Europa y América del Norte.</p> <p>Fairtrade Labelling Organizations International - FLO</p>

6.1 Sellos de producción orgánica.

En la tabla se relacionan algunas entidades de control avaladas por diferentes países que certifican la agricultura orgánica en su territorio.

País	Norma	Regulación
Colombia	Resolución 0187/06 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural	La norma ecológica regula la producción primaria, el procesamiento y la comercialización de productos alimenticios, bajo estándares de la agricultura orgánica, para la comercialización en territorio nacional.
Unión Europea	Reglamento CEE 834/2007 – 889/2008.	Certificación de agricultura biológica. Su meta es garantizar que el producto ha cumplido con las normas orgánicas de la Unión Europea, en toda la cadena de producción.
Estados Unidos	USDA Organic	La certificación orgánica verifica que la instalación o manejo agrícola ubicado en cualquier parte del mundo cumple con los reglamentos orgánicos establecidos por USDA y le permite vender, etiquetar, y presentar sus productos como orgánicos.
Estados Unidos	NOP	Norma del Programa Nacional Orgánico de los Estados Unidos, que regula el manejo y el etiquetado de los productos exportados a este país. La NOP es obligatoria para el acceso de productos orgánicos a los Estados Unidos.
Japón	JAS	Certificación de esquemas orgánicos bajo los estándares del mercado japonés. Busca asegurar la trazabilidad del producto.
Alemania	Demeter	Conforme a las normas Demeter, formuladas para la regulación de la actividad agrícola biodinámica.
Suiza	Bio Suisse	Norma orgánica a certificar para la entrada de productos orgánicos al mercado suizo. Evalúa la explotación orgánica de una granja en su conjunto.
Inglaterra	Soil Association	Estándar británico para la regulación de los aspectos ecológicos y sociales de productos alimentarios y no alimentarios.

Fuente: CERES Colombia S.A.S. 2018.³

³ <http://cerescolombia-cert.com/sector-de-servicios/certificacion-organica/normas/>

A continuación, se presentan los logos de algunos Sellos Ecológicos que identifican los productos orgánicos a nivel mundial.



Fuente: <http://www.ecological.bio/wp-content/uploads/2016/09/sellos-ecologicos-3.jpg>

El Artículo No.2 de la **Resolución 0187/2006** del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – MADR, determina para Colombia que los sistemas ecológicos de producción agropecuarios, acuícola y pesqueros deberán utilizar insumos, métodos y prácticas que mejoren la actividad biológica del ecosistema, la biodiversidad y permitan un equilibrio biológico natural. El mismo artículo determina que un sistema de producción ecológica deberá:

- Aumentar la diversidad biológica del sistema en su conjunto.
- Incrementar la actividad biológica del suelo
- Mantener la fertilidad del suelo a largo plazo
- Reutilizar los desechos de origen vegetal y animal a fin de devolver nutrientes a la tierra
- Basarse en recursos renovables y en sistemas agrícolas organizados localmente.
- Promover un uso saludable del suelo, el agua y el aire, y reducir al mínimo todas las formas de contaminación de estos elementos
- Manipular los productos usando métodos cuidadosos de elaboración, a efectos de mantener la integridad ecológica y las cualidades vitales del producto en todas las etapas.
- Establecer prácticas de producción que aseguren la inocuidad y calidad del producto.
- Mantener la seguridad, salud y bienestar laboral.

Estar conforme con las disposiciones aplicables en materia de uso del suelo prescritas por el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) respectivo, así como con la clasificación de áreas de reserva forestal establecida por la legislación vigente.



En Colombia, el sello de **Alimento Ecológico** se crea para promover, diferenciar y posicionar los productos ecológicos dentro de toda la cadena de productos alimenticios, generando confianza en los consumidores al adquirir un producto con las características deseadas, respaldado por MADR. La política social de este sello se enmarca en que las unidades de producción ecológica deben respetar los derechos de los trabajadores y cumplir con la normativa nacional vigente en relación a las condiciones de bienestar laboral. (González, 2014).

6.2 Sellos de consideración del medio ambiente

El diseño e implementación de este esquema se presenta como una herramienta educativa para que los consumidores puedan identificar y orientar sus preferencias de compra por productos amigables con el medio ambiente; así mismo, es un instrumento de fomento a la oferta que podrán utilizar los productores para crear o acceder a nuevos nichos de mercado y posicionar sus productos dentro y fuera de su país, buscando responder a las tendencias mundiales de programas similares para la identificación de bienes y servicios ambientales.



En Colombia, el Sello Ambiental Colombiano –SAC- constituye uno de los primeros esquemas de eco-etiquetado a nivel latinoamericano. Mediante la resolución No. 1555 del 20 de octubre de 2005, el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial⁴ reglamenta el uso del Sello Ambiental Colombiano el cual busca orientar las preferencias de compra de los consumidores nacionales hacia productos con potencial para reducir los efectos e impactos ambientales nocivos a lo largo de su ciclo de vida y con esto incentiva el crecimiento de un mercado nacional de productos amigables con el ambiente, que contribuyan con los propósitos del desarrollo sostenible.

El sello corresponde al Tipo I de la Clasificación ISO, es decir que los productores que porten la etiqueta serán certificados por un tercero. El mensaje de la etiqueta busca resaltar que el impacto del producto sobre el medio es menor al de productos similares. (Arcos, 2006)

Con el establecimiento del Sello Ambiental Colombiano, se busca:

- Crear una herramienta informativa y comercial para diferenciar los productos que comparativamente presenten un mejor desempeño ambiental.
- Incentivar el crecimiento del mercado nacional para este tipo de productos.
- Promover un cambio hacia los productos ambientalmente amigables en las preferencias de compra de los consumidores.
- Facilitar el acceso al mercado y mejorar la imagen de los productos con un mejor desempeño ambiental.
- Promover el uso y desarrollo de procesos, técnicas y tecnologías limpias o sostenibles.

El uso del SAC es voluntario, lo que significa que los interesados en que sus bienes o servicios porten esta etiqueta pueden solicitarla. Para asegurar la credibilidad, independencia, y sostenibilidad económica del Sello, el programa funciona apoyado en una estructura que responde a las disposiciones del Subsistema Nacional de la Calidad y a las Normas ISO 1402, relativas a las etiquetas y declaraciones ecológicas⁵.

6.3 Sellos de identidad territorial

Además de las marcas, lemas y nombres comerciales individuales, usados frecuentemente para posicionar y diferenciar los productos en los mercados, existen otros signos distintivos que revisten singular importancia frente a los intereses de los consumidores, así como también con relación a los intereses de los productores que compiten en los mercados globalizados mediante la oferta de productos que se encuentran ligados especialmente al territorio.

Las Indicaciones Geográficas (**IG**) y Denominaciones de Origen (**DO**) son sellos que constituyen herramientas de creación de valor, usualmente, en zonas rurales. A través de este reconocimiento se logra proteger la calidad del producto y brindar a los consumidores mayor y mejor información sobre los métodos de producción el origen del producto, igualmente son un elemento de redistribución del valor agregado a lo largo de la cadena de la producción. (Alimentos argentinos, 2016)

4 Actualmente Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible

5 <http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/366-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana-19>.

Los Sellos los pueden obtener productos que están vinculados al territorio en el que se producen o elaboran, sea por circunstancias sociales y culturales y/o por la disponibilidad local de recursos naturales; incluyen el nombre del lugar (ciudad, región, o país) donde se produce o elabora el producto y al que se deben sus características, calidad o prestigio.

En el caso de las IG, estas protegen los productos originarios del país o de una región o localidad, siempre que tengan una calidad, reputación u otra característica imputable a su origen geográfico; en cambio, las DO deben presentar, además, factores naturales y humanos que inciden en la caracterización del producto.

Sellos de Indicación Geográfica (IG): El concepto de indicación geográfica (IG) hace referencia a un derecho de propiedad intelectual que se encuentra reconocido en la legislación de diversos países y organismos internacionales. Esta designación protege e identifica productos originarios de un determinado lugar geográfico, cuyas características y reputación se encuentran esencialmente vinculadas a su origen territorial. Los nombres de los productos registrados como indicaciones geográficas suelen ser topónimos o designaciones para productos genéricos combinadas con el nombre de un país, una región o un lugar determinado. (Aranda, 2015)

La IG incluye a todos aquellos bienes, servicios, información e imágenes propias de un territorio como, por ejemplo, un tipo de quesos, un servicio, un grupo de músicos, una imagen, un símbolo que identifique al territorio (una iglesia colonial, una manufactura industrial, un volcán).

La identidad es una cualidad que hace que algo sea único, que sea distinto, y a menudo distinguido en el sentido más amplio de la palabra. Promover el desarrollo con identidad territorial supone entonces favorecer aquello que distingue a un lugar geográfico y le permite competir desde sus ventajas absolutas (únicas) o comparativas (mejores condiciones para entregar el producto o servicio). Los países europeos son una clara muestra de lo que es desarrollo con identidad territorial y de productos emblemáticos locales. Estas identidades tienen en general un origen cultural e histórico bien identificable, pero no son nunca conservadoras, los productos o servicios se están siempre renovando, mejorando, compitiendo y adaptándose a las exigencias de mercados segmentados que buscan y exigen ese tipo de producto o servicio con identidad. (Haudry de Soucy, 2003)⁶.

Sellos de Denominación de Origen (DO): Bajo la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, la denominación de origen es “una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos”. (SIC. 2017).

Estos Sellos se usan para identificar un producto natural o agrícola en estado natural, semielaborado o elaborado. El producto, debe cumplir con calidades o características especiales o gozar de renombrada reputación, que se deban esencialmente al medio geográfico y por factores naturales o naturales y humanos. (Aranda, 2015)

⁶ <https://enlinea.santotomas.cl/?s=sellos+de+identidad+territorial>

La protección de las DO se establece a través de la suscripción o adhesión a tratados internacionales multilaterales, entre los que se destacan el Convenio de París de 1883 para la protección de la propiedad industrial, el Acuerdo de Madrid de 1891, el Acuerdo de Lisboa en 1958, y el Acuerdo de Estocolmo de 1967 con enmienda en 1979. Es en estos últimos en los que se avaló el sistema internacional de registro para las DO, el cual es administrado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI, organismo encargado de recibir y conceder los registros internacionales de denominaciones de origen.

Para el caso de Colombia, las denominaciones de origen se reconocen mediante la Ley 178/1994, por medio de la cual se aprueba el “Convenio de París para la protección de la propiedad industrial”, vigente desde 1996. Además, por medio del Decreto 2591/2000 del Ministerio de Desarrollo Económico se reglamenta en Colombia la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, del régimen común de propiedad intelectual. A través de esta denominación, se reconoce el esfuerzo colectivo de los productores locales por mantener las cualidades reconocidas de los productos de su región.

Entre los beneficios más importantes está garantizar la calidad de los productos que adquiere el consumidor y evitar la venta de productos falsificados que afecte directamente a los productores.

La Decisión Andina dispone los requisitos cuyo cumplimiento debe sustentar el solicitante, los cuales han sido denominados requisitos positivos. La solicitud de DO debe contener: (SIC. 2017)

- Identificación detallada del solicitante y la demostración de su legítimo interés según la definición de legítimo interesado antes mencionada.
- Indicación de la DO que se solicita proteger, que de acuerdo con la definición legal debe estar constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o por una que sin ser la de un país, región, o lugar determinado, se refiera a una zona geográfica determinada.
- Indicación detallada de la zona geográfica delimitada que comprende la denominación.
- Productos que designa y una reseña de las calidades, reputación u otras características esenciales de dichos productos. Implica que el producto deba tener tal calidad, reputación u otras características que se deban exclusivamente al medio geográfico en el que se produce, incluidos factores naturales y humanos.

El organismo gubernamental delegado para declarar la protección como DO en productos agrícolas, alimenticios y artesanías que cumplan con los requisitos de calidad mencionados en los apartados anteriores en Colombia es la **Superintendencia de Industria y Comercio** (SIC), entidad adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (SIC. 2017)

La aplicación del Régimen de propiedad Industrial de la Decisión Andina 486/2000, se reglamentó para Colombia mediante Resolución 57530 del 28 de octubre de la Superintendencia de Industria y Comercio (2012), acto mediante el cual se superó el vacío jurídico y aclaró el procedimiento para el logro de la protección bajo DO, en los últimos años en Colombia esta institución ha avanzado en resolver las solicitudes realizadas por las organizaciones de productores, gremios y gobiernos departamentales y municipales, como agentes en legítimo derecho de solicitar la protección como DO para algunos de los productos nacionales que han demostrado la existencia de una calidad diferencial.



De conformidad con los principios del Estatuto de Protección al Consumidor contenido en la Ley 1480/2011, y buscando un adecuado uso de las Denominaciones de Origen protegidas en el mercado, mediante Resolución 36074/2013 la SIC reglamentó el sello y manual de uso de las DO protegidas de Colombia y se adoptó el sello Marca País Colombia, que a partir de la fecha identificará de manera oficial todos los productos colombianos que sean protegidos por dicha denominación. Este sello oficial se convierte ahora en un instrumento que resalta la calidad como factor de competitividad y posicionamiento, pero muy especialmente como un elemento que minimiza los riesgos de engaño o confusión del consumidor y genera confianza⁷. Actualmente, existen en todo el mundo alrededor de 10.000 indicaciones geográficas protegidas, de las cuales el 90 % están registradas en 30 países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (**OCDE**), encabezadas por La Unión Europea (UE).

6.4 Sellos de comercio justo (*fair trade*)

El Comercio Justo o Fair Trade es una iniciativa para crear canales comerciales innovadores, dentro de los cuales la relación entre las partes se orienta al logro del desarrollo sustentable y sostenible de la oferta con sustentabilidad económica, social y ambiental, respetando la cultura y nacionalidad de los países, tradiciones y los derechos fundamentales. (Celeita. 2012)

El Comercio Justo como tal existe desde aproximadamente los años 50. Empezó como una colaboración entre comerciantes de países del Norte, importadores sin ánimo de lucro y pequeños productores de países en vías de desarrollo. Estos se veían acosados por los precios bajos del mercado y por su dependencia elevada de intermediarios. Vieron en el Comercio Justo la oportunidad de mantenerse, evitando intermediarios y accediendo directamente a los mercados del Norte. (CECU. 2007)

En 1988, “Solidaridad”, una organización holandesa de comercio alternativo creó un sello llamado “Max Havelaar”, que garantizaba que los productos cumplieran con una serie de criterios sociales y medioambientales. En pocos años fueron surgiendo muchas organizaciones parecidas a “Solidaridad” en Europa y América del Norte: “Fairtrade Foundation”, “TransFair” y “Rättvisemärkt”. Estas organizaciones crearon y lanzaron sus propias campañas y sellos de certificación. (CECU. 2007)

Con este tipo de sellos se busca mejorar las condiciones de los productores, promoviendo aspectos sociales y legales, de desarrollo sostenible y de equidad, basándose en la transparencia, el diálogo y el respeto. Los productores y elaboradores cumplen con ciertos requisitos como, por ejemplo, el pago adecuado de los trabajadores, el uso de equipos de protección personal, el rechazo del trabajo infantil y el cuidado del medio ambiente, entre otros. (CECU. 2007)

Los puntos más importantes que defiende el Comercio Justo son los siguientes: (Celeita. 2012)

Las personas deben tener libertad para trabajar.

- Un no rotundo al trabajo para menores de edad.
- Cuidar del medio ambiente
- Iguales derechos para hombres y mujeres.

⁷ Revista PERGAMINO www.federaciondecafeteros.org/

- Las asociaciones, cooperativas deben ser estrategias aplicadas para beneficio de productores.
- Derecho a un trabajo que dignifique y que respete los derechos fundamentales.
- Un precio más justo para los productores que promueva mejores condiciones de vida.
- Cuidado del medio ambiente y la producción orgánica
- Benefician tanto a productores como a consumidores eliminando así intermediarios.
- El consumidor está totalmente enterado de la trazabilidad del producto.



En la actualidad en Colombia, entre productores, procesadores y exportadores se encuentran certificados bajo el sello de Comercio Justo Fairtrade Labelling Organizations International - “FLO”- alrededor de 120 organizaciones. La Principal categoría es el café con aproximadamente 70 organizaciones certificadas, le sigue el Banano con 36 organizaciones. Otros productos certificados bajo el sello FLO son el té, hierbas, cacao, fruta fresca, verduras, azúcar, nueces, aceites, mantequillas, frijoles, granos, vino, prendas de vestir, flores, miel y especias, productos para el cuidado de la piel, bebidas alcohólicas con ingredientes certificados actualmente presentes en las bebidas listas para beber⁸.

El sello de comercio justo les permite a los productos avalados acceder a una red de compradores preferenciales. Además del precio pactado con estos por el FLO, el importador o comercializador del bien reconoce un sobrecosto (10 centavos de dólar en el caso del café), conocido como prima social, que se le entrega al productor para obras de desarrollo social, que se definen en forma concertada⁹.

6.5 Marcas individuales o colectivas

Otra manera de diferenciar productos y servicios en el mercado es por medio de las marcas (individuales o colectivas). Una marca, ya sea que se trate de un nombre, una marca comercial, un logotipo u otro símbolo, es en esencia, la promesa de una parte vendedora de proporcionar, de forma consistente a los compradores, un conjunto específico de características, beneficios y servicios. La marca sirve para que el comprador pueda identificar los productos de un vendedor y los distinga de los de la competencia, y permite, además, que el comprador pueda establecer una relación entre la marca y la calidad de los productos.

Al contrario de los sellos, que se otorgan a productos que cumplen ciertos requisitos establecidos y validados por una tercera parte, la marca se registra bajo el nombre de una persona o empresa, con lo que procede a ser propiedad de ésta. La empresa que dispone de una marca registrada, es la única que tiene el derecho de decidir sobre su uso.

Las **marcas colectivas** pertenecen a un organismo colectivo, como por ejemplo una asociación comercial o de productores o fabricantes, y sirven para indicar que la persona que utiliza la marca colectiva es miembro de dicho organismo. La participación en la asociación que figura como titular de la marca colectiva está sujeta, en general, al cumplimiento de determinadas normas, como la del área geográfica de producción de los productos para los que se utiliza la marca o las normas de producción de dichos productos. (SIC. 2017). Por lo tanto, son un mecanismo que permite la protección de los

⁸ <http://www.comerciojustocolombia.org/comercio-justo/en-colombia/>). Coordinadora Colombiana de Comercio Justo.

⁹ (<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3932186>)

derechos de propiedad relacionados a los productos típicos; estas marcas se destinan a fomentar el desarrollo del comercio y la industria, poniendo de relieve una característica del producto. El titular de la marca se encarga de ejercer un control interno y certifica que los artículos con el distintivo cumplen con ciertas características: el origen geográfico, el área de producción, la materia prima, el modo de producción, la calidad o simplemente la pertenencia del productor a la entidad. (Aranda, 2015)

6.6 Sello de Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria (ACFC)



La Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria - ACFC, se define como el sistema de producción y organización gestionado y operado por mujeres, hombres, familias, y comunidades campesinas, indígenas, negras, afrodescendientes, raizales, y palanqueras que conviven en los territorios rurales del país. En este sistema se desarrollan principalmente actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios agrícolas, pecuarios, pesqueros, acuícolas y silvícolas; que suelen complementarse con actividades no agropecuarias. (MADR, 2017)



El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – MADR con la Agencia de Desarrollo Rural (ADR) lanzaron el **sello especial para los productos de la ACFC**, con el que se busca darles mayor visibilidad a estas comunidades en los mercados nacionales e internacionales. Los productores que accedan al sello de ACFC tendrán mayor visibilización en el mercado, asistencia técnica comercial de la ADR para generar una mayor competitividad y alianzas directas con el sector público y privado, disminuyendo la intermediación que tanto incrementa el costo de los productos y afecta la rentabilidad de los campesinos del país, con este sello los consumidores

finales conocerán el origen social, el lugar y la gente de dónde viene el producto que están comprando. Se trata de una iniciativa que también se ha implementado en países como Brasil, Argentina, Paraguay, Chile y Ecuador, y ha permitido que los campesinos aumenten sus recursos, ya que, son ellos mismos quienes comercializan sus productos y se convierten en los protagonistas de la economía nacional.

6.7 Aval de confianza



<http://cvs.gov.co/web/aval-de-confianza/>

Los avales de confianza son reconocimientos que una entidad pública o privada les otorga a los productores que hacen un esfuerzo por conservar y proteger los recursos naturales, generando una diferencia en sus productos para los mercados locales y regionales y preparándolos para que puedan acceder a una certificación¹⁰. Un ejemplo de aval de confianza es el de la Corporación Autónoma Regional de los Valles del Sinú y del San Jorge-CVS que viene acompañando a pequeños y medianos productores de la región con el objetivo de fortalecer una cultura ambiental en sus procesos productivos, es por ello que se han realizado

actividades determinadas para mejorar la oferta ambiental de sus productos; entre las cuales se ha venido trabajando con alternativas de mejoramiento continuo, fomentando así estrategias de conservación de recursos naturales mediante visitas de asistencia técnica en los cultivos y capacitaciones en producción más limpia, buscando ser más amigable con el medio ambiente.

¹⁰ (<http://cvs.gov.co/web/aval-de-confianza/>)

Para este caso, el Aval de Confianza se otorga a las empresas o productores que de forma voluntaria diligenciaron una carta de intención de participar para el aval de confianza y del mismo modo hayan entregado el informe con los requisitos exigidos en la guía metodológica del aval y que cumplan como mínimo con el 100% de los criterios primordiales evaluados en el aval, el 60 % de los de los criterios de conformidad media evaluados en el aval de confianza y el 30 % de los criterios de conformidad menor evaluados en el aval de confianza.¹¹

6.8 Sistemas Participativos de Garantías (SPG).

Los Sistemas Participativos de Garantía – SPG - son sistemas de garantía de calidad que operan a nivel local. Certifican a productores y productoras tomando como base la participación activa de los consumidores y se construyen a partir de la confianza, las redes sociales y el intercambio de conocimiento. Surgen de manera espontánea en varios grupos de productores de distintos países del Sur, como una alternativa frente al sistema de certificación ‘por tercera parte’¹²

Se desarrollan a través de la relación y participación directa entre los productores, los consumidores, y otros miembros de la comunidad, quienes verifican, entre sí, el origen y la condición de los productos agroecológicos, y a través del sistema, garantizan la producción, comercialización y consumo de estos productos en el mercado local y regional.¹³

Estos sistemas de certificación son gestionados desde el grupo local que se encarga de organizar y realizar visitas a las fincas (con representantes de la misma producción y del consumo) para apoyar al agricultor/a visitado a mejorar su manejo, adecuarlo a las pautas establecidas por el propio grupo.

Después de la visita, otro grupo se encarga de comprobar la correcta aplicación de las normas y de emitir (o no) el certificado. El grupo en su totalidad, puede proponer mejoras para tender hacia mayores grados de sostenibilidad, tanto en la producción como en la comercialización. La certificación, deja de ser un mecanismo de control, y se convierte así en un mecanismo de apoyo a las gentes productoras.

Se han considerado desde el Movimiento Agroecológico de América Latina y el Caribe (MAELA) como una herramienta metodológica para garantizar la calidad ecológica de la producción de alimentos que les permite generar una confiabilidad de los mismos al vincularse al mercado local. No se trata de una herramienta exclusiva para llegar al mercado como fin último, sino como una herramienta que le permite al productor saber qué le hace falta para ser agroecológico y al consumidor qué está comprando.

Actualmente Colombia cuenta con una guía metodológica de Sistema Participativo de Garantía de la calidad de semillas criollas y nativas para las Casas Comunitarias de Semillas, (RECAB 2018), la cual se presenta como una herramienta para que cualquier organización de productores agroecológicas construya su propio sistema, teniendo en cuenta elementos claves como acuerdos, procedimientos, registros y participación, fruto del esfuerzo de 10 años de diálogos con agricultores, redes de mercados, productores agroecológicos y líderes, entre otros, como la Red de Mercados Agroecológicos del Valle del Cauca.

¹¹ (<http://cvs.gov.co/web/aval-de-confianza/>).

¹² <https://www.ecoagricultor.com/sistemas-participativos-de-garantia-spg/>

¹³ Resolución 464 de 2017 – Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

7. CONCLUSIONES

Varios de los mecanismos de diferenciación están comenzando a dejar de ser orientados exclusivamente a mercados nichos, pues su crecimiento en la última década ha sido superior que el de los productos convencionales y es de esperar que siga creciendo.

Se reconoce que hay varios aspectos por abordar relacionados con los mecanismos de diferenciación, como la concentración de su crecimiento en los países desarrollados, la confusión que crea la proliferación de sellos, la sobreoferta en algunos mercados por la presencia simultánea de productos diferenciados y convencionales, la existencia de pocas evidencias sobre los impactos reales en los productores de menor escala, los recursos requeridos por los costos de certificación y, en general, por la gestión de sellos, que se convierten en factores de exclusión de los agricultores más pobres. (Rodríguez. 2016)

La diferenciación de los productos en los mercados se constituye como una de las estrategias posibles que puede desarrollar una comunidad para valorizar recursos locales. Se tiene en cuenta entonces que la diferenciación mediante el empleo de sellos distintivos puede ser complementaria con otras estrategias como la organización de festividades, el rescate en espacios institucionales como los museos, la patrimonialización mediante herramientas legales como la declaración de patrimonio cultural intangible, entre otros. (Champrendonde. 2015)

En los segmentos de mercado que valorizan la calidad asociada al origen de los productos, se utilizan indicaciones geográficas, denominaciones de origen o marcas colectivas para garantizarle al consumidor que el producto adquirido tiene esos atributos especiales, protegiendo además a los productores de copias y fraudes.

Las marcas pueden ayudar a posicionar productos valorizados por los consumidores en mercados específicos, como el gourmet o el de la nostalgia. El primero está conformado por clientes de alto poder adquisitivo, dispuestos a pagar por calidad y características de exclusividad y exotividad en los productos como por ejemplo frutas tropicales (uchuva, lúcuma, carambolo, etc.), hongos, frutas deshidratadas, nueces, embutidos, miel de abeja, entre otros. En el mercado de nostalgia se comercializan productos con identidad cultural y étnica, cuyos consumidores son principalmente inmigrantes en terceros países (o incluso en el mismo país) y aquellas personas que al visitar otros sitios reconocieron alimentos que quieren volver a degustar. (IICA-PRODAR & FAO, 2009).

A manera de reflexión es importante mencionar que mientras un agricultor convencional puede utilizar agroquímicos (a veces irresponsablemente) para el manejo de plagas, enfermedades, suelos, etc., en sus cultivos, no se le exige ninguna etiqueta que advierta de estas prácticas a los consumidores; en cambio, un agricultor que cultiva sin agrotóxicos, debe cumplir con rigurosas exigencias y pagar grandes sumas de dinero para usar esta etiqueta y así probar que sus alimentos están libres de sustancias nocivas.

BIBLIOGRAFÍA

ALIMENTOS ARGENTINOS. 2016. Publicación periódica del Ministerio de Agroindustria, producida por la Subsecretaría de Alimentos y Bebidas de la Secretaría de Agregado de Valor. Artículo “Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen” Vol. 2. Año 2016. Buenos Aires – Argentina

ARANDA C. Y.V., 2015. Productos agroalimentarios e identidad del territorio: un modelo de decisión para orientar la selección de sellos de origen. Tesis Doctoral, Departamento de Economía, Sociología y Política Agrarias, Universidad de Córdoba, Campus de Rabanales. Córdoba – España.

ARCOS A.L., OCHOA F. A. 2006. Mejoramiento de la calidad y diferenciación para productos de la biodiversidad. Estrategia para fortalecer las actividades de promoción y consumo de productos de la biodiversidad a nivel subnacional y nacional. CAF. IAvH. Actividad 6., Actividad 7. Volumen V. 2006. Bogotá, D.C. Colombia.

CELEITA V. O.E. 2012. Prácticas de comercio justo en Colombia y programas de inclusión que permiten el desarrollo económico, social y ambiental del sector rural en el municipio de Tibasosa departamento de Boyacá. Estudio de caso agrosolidaria confederación Colombia. Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá. Bogotá D.C.

CHAMPREDONDE M., SILVA M., 2015. Diferenciar productos locales, contribuyendo al desarrollo territorial. IICA. San José, C.R.

CONFEDERACION DE CONSUMIDORES Y USUARIOS CECU. 2007. El Sello de Garantía de los productos de Comercio Justo FAIRTRADE. Ministerio de Sanidad y Consumo. Madrid, España.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION DPN, Centro Regional de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales (CRECE), 2014. Misión para la Transformación del Campo. Propuesta para desarrollar un modelo eficiente de Comercialización y Distribución de Productos (Documento técnico para la Misión para la Transformación del Campo). Bogotá D.C.

GONZÁLEZ M. N., GALLEGU C. V., 2014. Mercadeo Sostenible. Proyecto de grado Facultad de Economía y Negocios Internacionales Instituto Colombiano de Estudios Superiores AEI. Cali – Colombia.

HAUDRY DE SOUCY, R., 2003. Productos con Identidad Territorial. Documento preparado para el Foro nacional de políticas de Estado para el desarrollo Rural. Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola para América Latina y el Caribe FIDAMERICA. Latacunga -, Ecuador.

IICA, PRODAR & FAO. 2009. Gestión de agronegocios en empresas asociativas rurales. Curso de Capacitación. Módulo 4: Poscosecha y servicios de apoyo a la comercialización. IICA, San José, C.R.

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL, AGENCIA DE DESARROLLO RURAL ADR, UNION EUROPEA. 2017. Lineamientos estratégicos de política pública. Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria ACFC. Bogotá, D.C.

RECAB, FUNDACIÓN SWISAID, MALEA: 2018. Sistema Participativo de Garantía de la calidad de semillas criollas y nativas para las Casas Comunitarias de Semillas en Colombia. Guía metodológica. Semillas de Identidad. Bogotá D.C.

RIVEROS, H., WIENKE H., 2014: Valor agregado en los productos de origen agropecuario: aspectos conceptuales y operativos. IICA, San José, C.R.

RODRÍGUEZ S. D., RIVEROS H., 2016. Esquemas de comercialización que facilitan la vinculación de productores agrícolas con los mercados. IICA, San José, C.R.

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO SIC. 2017. Denominaciones de origen y marcas no tradicionales. Documento técnico. Bogotá D.C.





PROTOCOLO No. 4

Mecanismos de diferenciación

Biocomercio
CORPORACIÓN
Sostenible

Corporación Biocomercio
Sostenible – CBS Colombia



Corporación Autónoma Regional
Del Valle Del Cauca – CVC