

ACEITE DE OLIVA EXTRAVIRGEN DEL SUDOESTE BONAERENSE



Herramientas posibles
para su diferenciación

Marcelo Champredonde

Elena Schiavone

3/12/2015

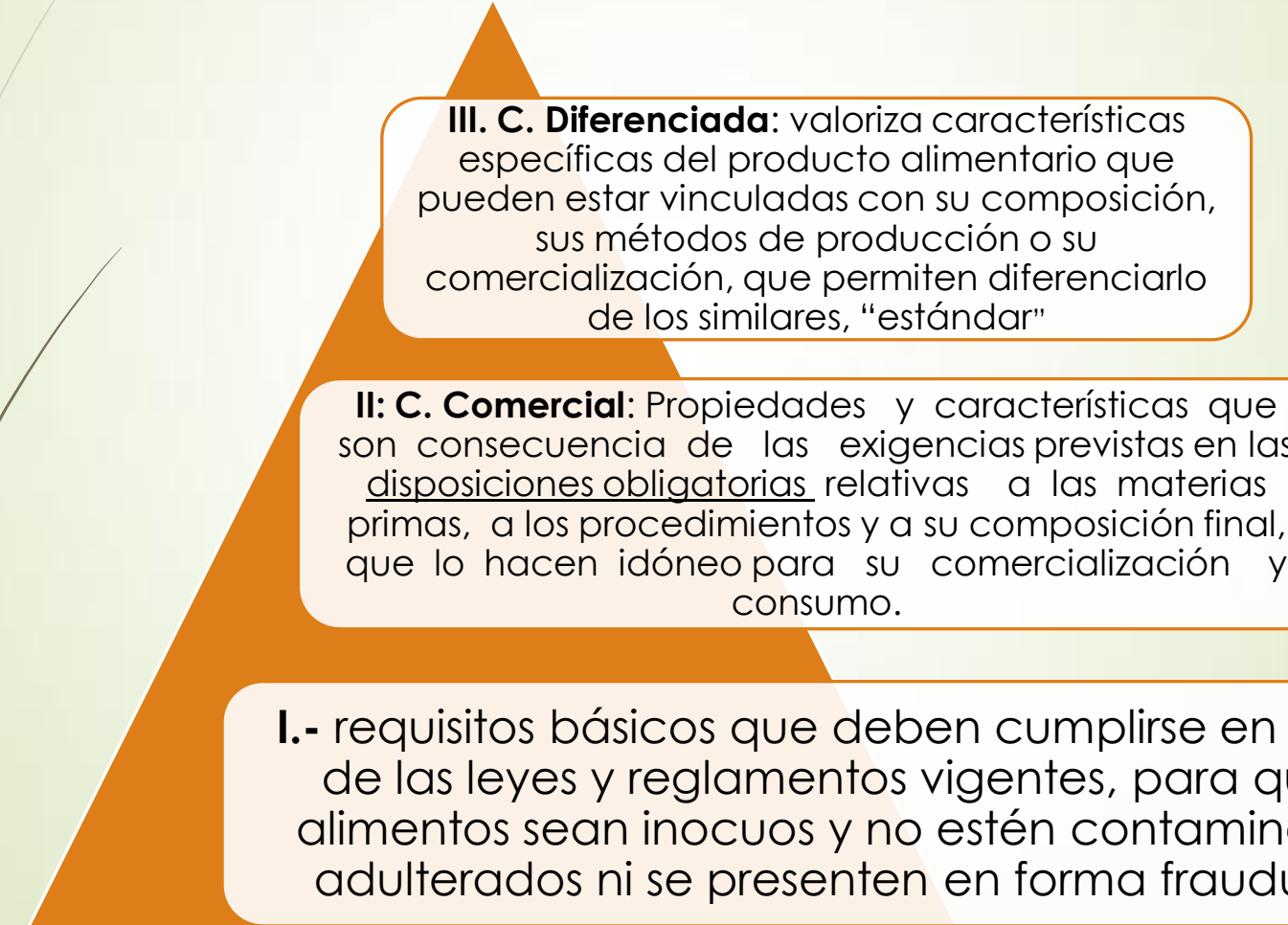


Objetivos

- ▶ ...estamos trabajando junto a los olivicultores de la región para alcanzar una certificación de origen, que lo posiciona como un **aceite de calidad diferenciada**.
- ▶ Otra particularidad es que nuestras fincas son pequeñas o medianas, mientras que en las regiones más tradicionales como Catamarca o La Rioja, existen unidades productivas mucho más grandes. Esto obliga a trabajar con asociatividad para hacer rentable el negocio.



CALIDAD, CALIDAD COMERCIAL y CALIDAD DIFERENCIADA



III. C. Diferenciada: valoriza características específicas del producto alimentario que pueden estar vinculadas con su composición, sus métodos de producción o su comercialización, que permiten diferenciarlo de los similares, “estándar”

II: C. Comercial: Propiedades y características que son consecuencia de las exigencias previstas en las disposiciones obligatorias relativas a las materias primas, a los procedimientos y a su composición final, que lo hacen idóneo para su comercialización y consumo.

I.- requisitos básicos que deben cumplirse en función de las leyes y reglamentos vigentes, para que los alimentos sean inocuos y no estén contaminados o adulterados ni se presenten en forma fraudulenta

Calidad Comercial y Diferenciada

CALIDAD OBJETIVA Atributos Intrínsecos

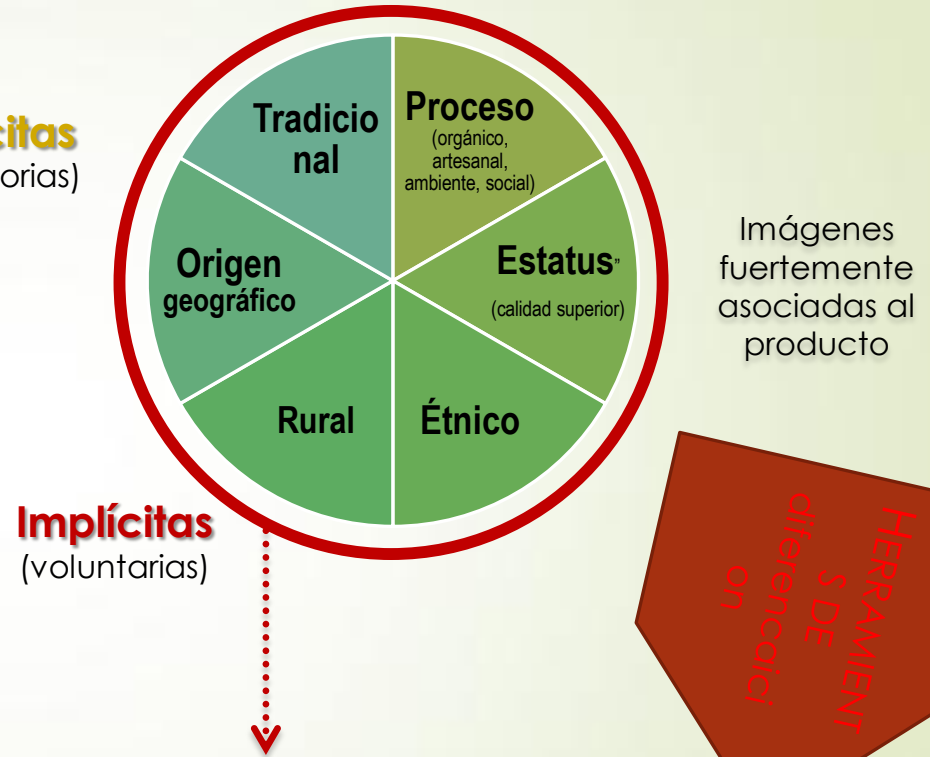


Reglamentos técnicos MERCOSUR

CALIDAD COMERCIAL

Propiedades y características que son consecuencia de las exigencias previstas en las disposiciones obligatorias relativas a las materias primas, a los procedimientos y a su composición final, que lo hacen idóneo para su comercialización y consumo.

CALIDAD SUBJETIVA Atributos Extrínsecos



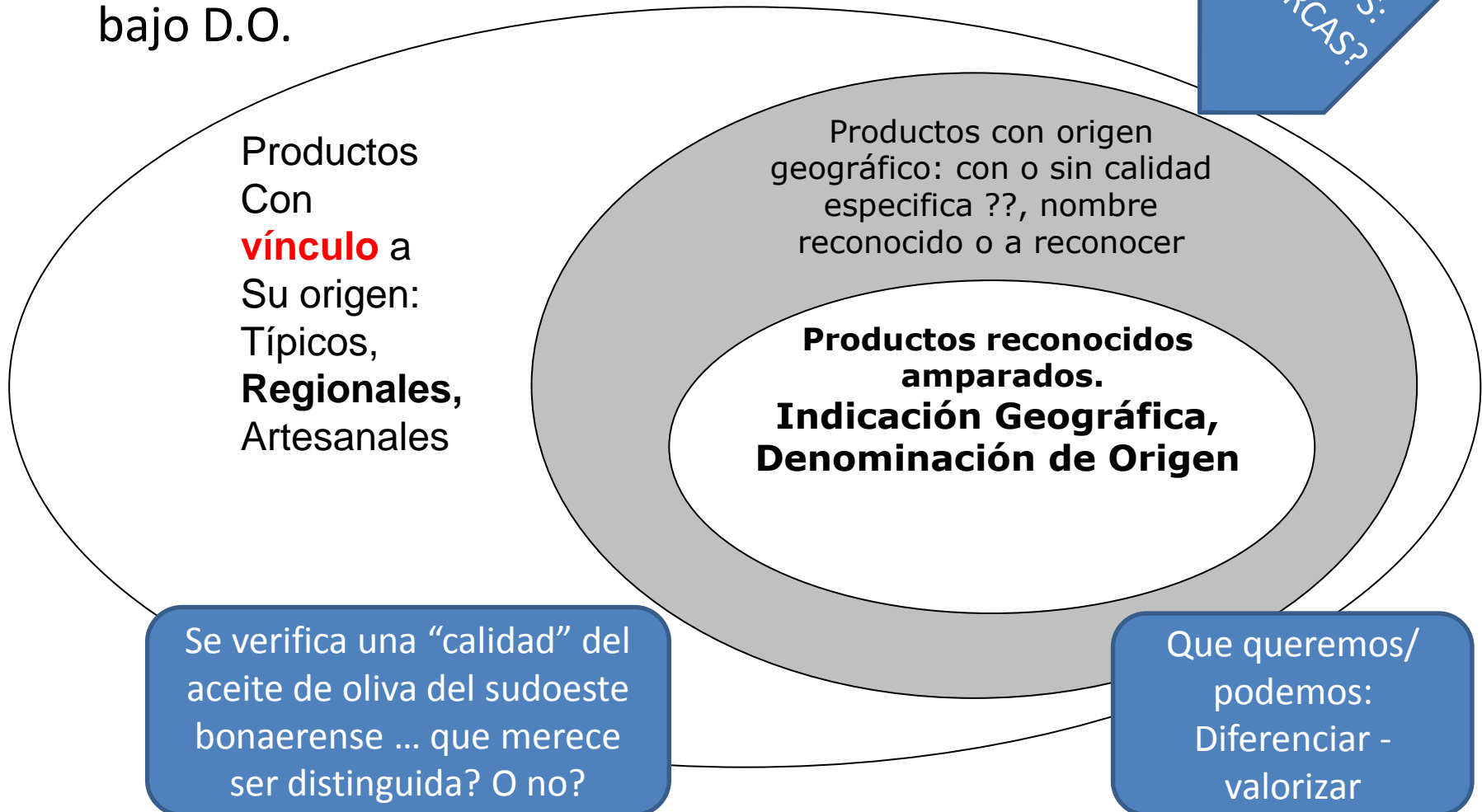
HERRAMIENTAS DE DIFERENCIACIÓN

CALIDAD DIFERENCIADA

Características de un alimento específicas y diferenciadoras adicionales a las obligatorias, consecuencia del cumplimiento de disposiciones de carácter voluntario, relativas a l origen geográfico, procedimientos de elaboración y características físico-química y organolépticas finales.

Universo De Productos.

- Del producto con origen/
anclaje territorial al producto
bajo D.O.

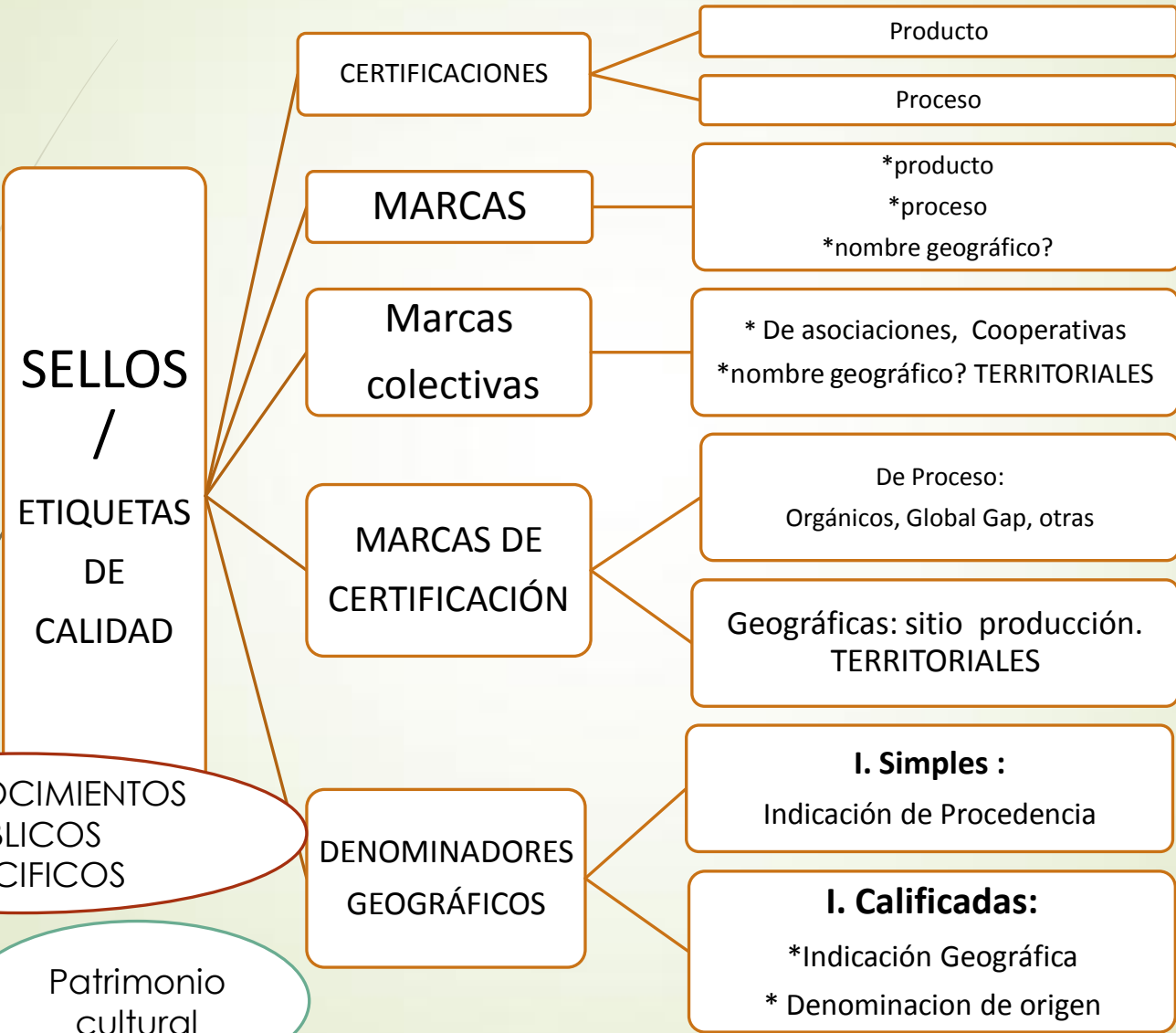




Un sello de calidad

es también... un signo distintivo - DPI

INVENTARIO: CAJA DE HERRAMIENTAS para la diferenciación / valorización:



privados

públicos

SELLOS / ETIQUETAS DE CALIDAD

CERTIFICACIONES

Producto

Proceso

MARCAS

*producto
*proceso
*nombre geográfico?

Marcas colectivas

* De asociaciones, Cooperativas
*nombre geográfico? TERRITORIALES

MARCAS DE CERTIFICACIÓN

De Proceso:
Orgánicos, Global Gap, otras

Geográficas: sitio producción.
TERRITORIALES

DENOMINADORES GEOGRÁFICOS

I. Simples :
Indicación de Procedencia

I. Calificadas:
*Indicación Geográfica
* Denominacion de origen

RECONOCIMIENTOS PUBLICOS ESPECIFICOS

IG-IP

Patrimonio cultural

Sellos de calidad públicos:



Control: estatal (directo o indirecto)

Regulación por norma que aprueba el reglamento, la modalidad de gestión.

Condiciones equivalentes para todos los usuarios

Hay protocolo para aceite de oliva virgen extra.

Una empresa:
Yancanello

Sellos de calidad privados:

A LA VEZ,
MARCAS DE
CERTIFICACION



el control lo ejerce la entidad que otorga el sello (organización de productores, ONG, entidad académica, certificador).

protocolo o reglamento conformado por los interesados (productores, demandas de comercializadores o consumidores), y su adopción y cumplimiento es voluntario, generalmente de orden contractual (compromiso de cumplimiento). No son públicos, aunque a veces se publican.

Estado ejerce un control limitado a satisfacer los derechos de los consumidores (que sea veraz)

Características que sustentan la validez de un sello de calidad en alimentos

- ▶ Existencia de un **protocolo** o **pliego de condiciones** que describe las especificaciones técnicas que debe cumplir el producto para ser garante del sello de calidad.
- ▶ **Compromiso del productor** del alimento a cumplir los requisitos expuestos en el protocolo.
- ▶ Sometimiento del proceso productivo a un **sistema voluntario** de control, que verifica el cumplimiento del protocolo.
- ▶ Participación de un organismo certificador para la objetividad del control/verificación.



Signos distintivos: Propiedad intelectual / intangibles

Dentro de la PI, el grupo de “signos distintivos” abarca a todos aquellos que tienen la capacidad identificar actividades, productos y servicios en el mercado de los demás de su especie:

- marcas
- Nombres comerciales
- Indicaciones geográficas.



MARCAS

Derecho más conocido y maduro... para:

- Indicación de origen “empresarial”
- Distinción de productos y servicios- frente a la competencia
- Señalar calidad y/o características constantes/ uniformes.

Marcas Individuales: Ley 22.382:

Protege SIGNOS con características para distinguir productos o servicios que la llevan. Deben poder distinguirse visualmente. (pero ya hay marcas sonoras, olfativas, etc)

Disminuye el costo de transacción para el consumidor: una vez probado un producto se ahorra sucesivos ensayos.

Protege al consumidor; genera lealtad.

Requisito esencial: 1° el registro; eventualmente el USO (marcas de uso)

Se registran por 10 años ante el INPI.

Son renovables indefinidamente pero caducan por el no uso.

Tipos de Marcas Registrables

Nominativas.- Palabra(s)



Innominadas.- Figura, emblema, logotipo



Tridimensionales.- Formas, empaques, envases



Mixtas.- Combinación de las tres anteriores



Derechos

Exclusividad

El registro de una marca confiere a su titular el derecho al USO EXCLUSIVO y a impedir a cualquier tercero usarla, sin su consentimiento.

Plena y Absoluta

En el caso de Marcas Individuales

Compartida

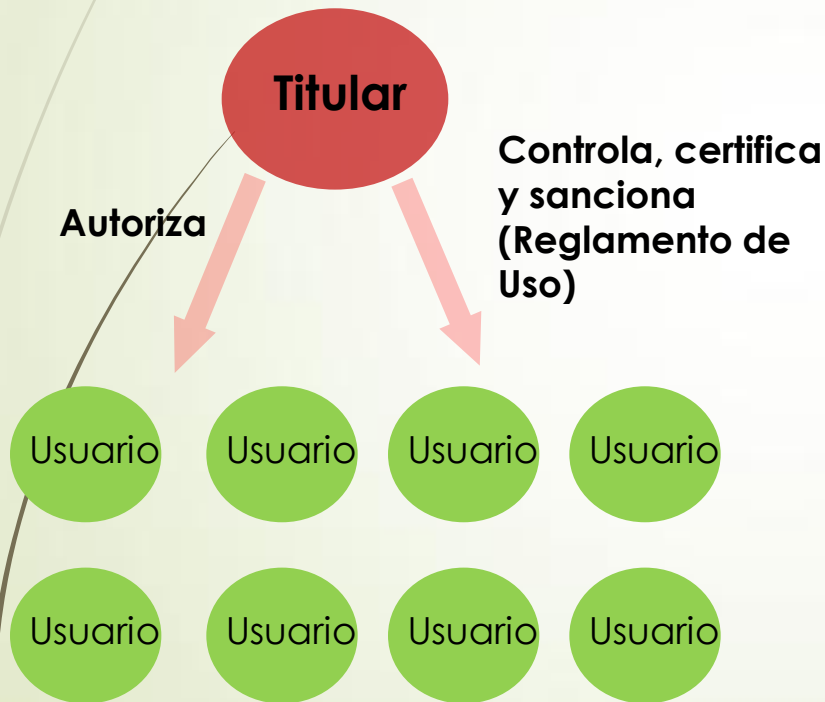
en el caso de las Marcas Colectivas con cada miembro de la forma asociativa

Absoluta

frente a terceros con efectos "erga omnes"

✓ “...signo que certifica características comunes para productos o servicios cuyas características o calidad han sido controladas y certificadas por el titular de la marca.

Crea marca y características
y establece condiciones



- ✓ **Titular:** empresa o institución de derecho **privado o público** u organismo **estatal o paraestatal**, competente **certificar** calidad
- ✓ **Certifica o garantiza** normas de calidad, características o origen determinado
- ✓ El Titular no puede participar en la producción o comercialización de los productos
- ✓ Reglamento de Uso

Marca de Certificación: Sello ALIMENTOS ARGENTINOS



**3^{RA} PARTE
INDEPENDIENTE**

LA CERTIFICADORA

VERIFICA


CONTROLA

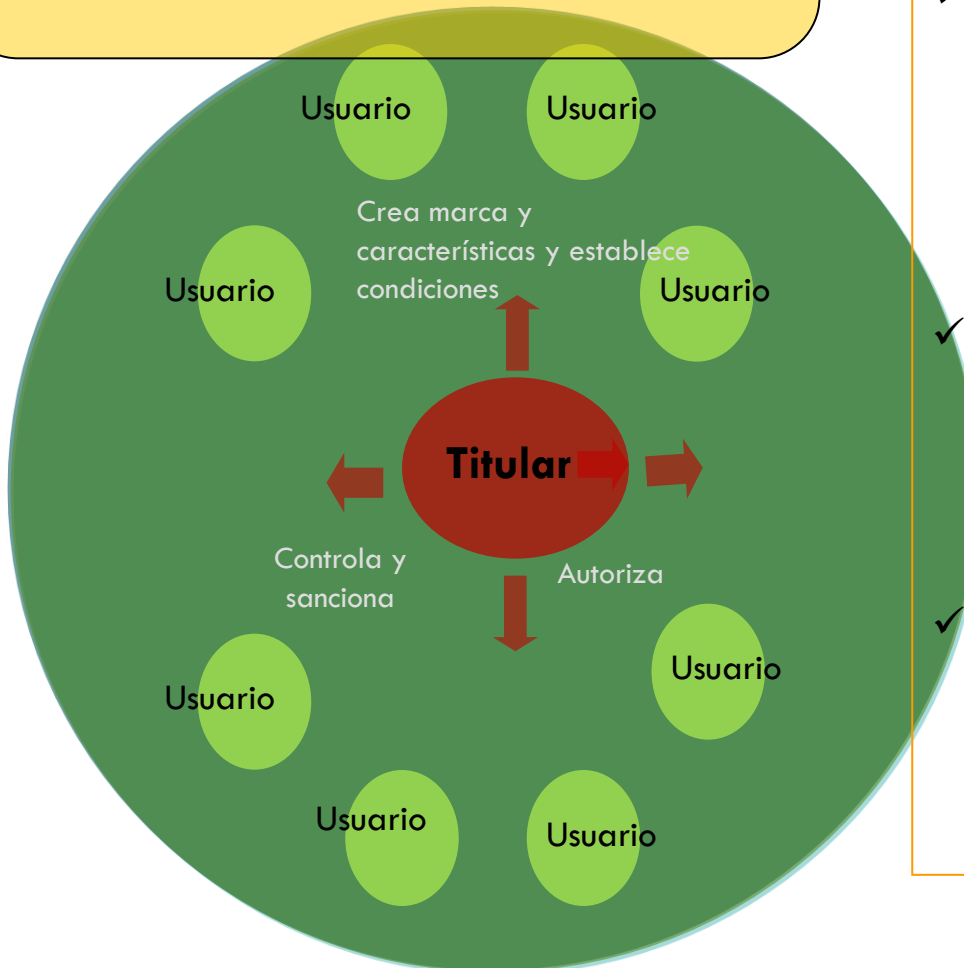
PRODUCTO

**CUMPLE CON
LOS REQUISITOS
ESTABLECIDOS
EN LAS NORMAS**

**CUMPLE CON
LOS REQUISITOS
ESTABLECIDOS
EN UN
PROTOCOLO**

Marca Colectiva (no regulada...)

... signo  que sirve para distinguir cualquier característica común de productos o de servicios de varias personas físicas y/o jurídicas, que utilizan dicho signo bajo el control de su titular.



- ✓ Titular: **entidad colectiva** que agrupa a personas autorizadas por el titular para usar la marca
- ✓ Titular: ...**asociación de fabricantes, productores, artesanos, agricultores, industriales, prestadores de servicios o comerciantes...** con personalidad jurídica...
- ✓ Distingue productos o servicios de los miembros que tengan en común un **origen geográfico, modo de fabricación, materiales empleados** o a cualquier otra característica
- ✓ Requiere un **Reglamento de Uso**

MARCAS COLECTIVAS (NO REGULADAS): REGLAMENTO

Condiciones y modalidades de uso: debe ser práctico^o

Personas autorizadas para usarla: condiciones de afiliación a la Asociación titular

Cualidades comunes que deben presentar los productos y/o servicios: origen geografico, calidad, modo de producción..

Normas relativas a la materia prima (producción, origen)

Normas relativas al procesamiento (producción, lugar)

Vínculo con la historia local y el territorio
Definición del territorio

Descripción del producto final (físico, químico, organoléptico)

Plan de Control : normas para asegurar y controlar el adecuado empleo del reglamento.

Sanciones aplicables en caso de incumplimiento.

Ejemplo clásico: marcas de cooperativas



Una marca que pertenece a una pluralidad de individuos, es la marca de un grupo, de una comunidad. Su titular es una asociación de los individuos que la usan, generalmente, una cooperativa: la marca es utilizada por todos sus asociados.



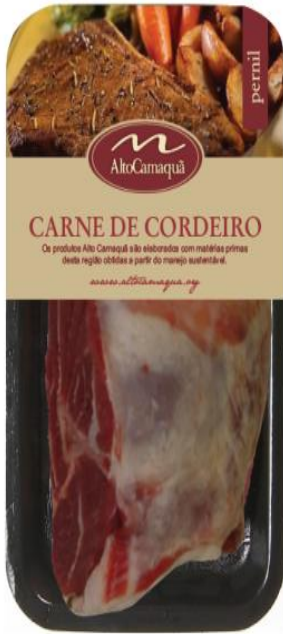
En San Juan: LA HUERTA FAMILIAR, de Fecoagro.



O, que acompanham un
proyecto
De desarrollo local....



SUGESTÃO DE ROTULAGEM PARA CARNES



Marcas Colectivas como IGC

- MEXICO:
- Existen muchas Marcas Colectivas, sobretudo en artesanías (Michoacán por ejemplo), pocas en alimentos, y en quesos hay 5: Queso Cotija Región de Origen MC; Queso Bola de Ocosingo MC, Queso de Poro de Balancan, Región de Origen MC; Queso Crema de Chiapas MC; Queso de Tepeque MC.



QUESO CREMA DE CHIAPAS

(FICHA DE IDENTIDAD)

OTRAS DENOMINACIONES:

Queso Doble Crema, Queso de Marco, Queso de Cuadro.

REGIONES DE PRODUCCIÓN:

- Costa de Chiapas (Tonala, Pijijapan y Mapastepec)
- Frailesca-Centro (Villaflores, Villa Corzo, Ocozocuautila)
- Norte (Reforma, Juárez, Soluschiapa y Rayón).
- Selva (Ocosingo).

CARACTERÍSTICAS DE LAS REGIONES:



Su clima predominante es tropical lluvioso con temperatura media anual entre 22 y 26°C y humedad relativa de 74-90%.

PRODUCCIÓN DE LECHE:



Con ganado bovino de doble propósito, cruza de cebú con europeo (v.g. pardo suizo y holstein). Alimentación en libre pastoreo, en potreros con pastos nativos e introducidos, con eventual suplementación con concentrados.

TIPO DE PRODUCTO:

Queso artesanal típico, tradicional, de leche cruda de vaca, elaborado por pequeños productores agrupados en la "Asociación de Productores de Queso Chiapas S. P. R. de L. R."

HISTORIA:

Se constata su existencia ya en la década de 1890, en el actual municipio de Bochil. Posteriormente su elaboración se desplazó hacia Ciudad Real (San Cristobal de las Casas) y después llegó a la Costa de Chiapas. Evolucionó posteriormente por aportes de conocimiento tradicional de varios queseros.

TIPICIDAD:

En su elaboración se emplea leche cruda de las regiones de origen e insumos naturales permitidos (v.g. cuajo y sal). Es un producto territorial, típico y tradicional, de alto aprecio local.

RASGOS TÍPICOS DEL PROCESO

- Maduración de la leche cruda
- Cuajado mixto: láctico-enzimático
- Fermentación prolongada de la pasta en proceso
- "Boiseado" de la pasta
- Amasado y afinado de la pasta



DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

PRESENTACIÓN:

Se presenta en piezas con empaque variable: plástico adherible, papel aluminio y celofán (amarillo o rojo).

FORMA:

Prisma rectangular: dimensiones 20 cm (largo) x 15 cm ancho) x 7 cm (espesor), aproximadamente.
Prisma cuadrangular: dimensiones: 20 cm x 20 cm x 7 cm (espesor) y de 15 cm x 15 cm x 7 cm, aproximadamente.

PESO:

500-1000 g

TIPO DE PASTA:

Semiblanda, semidura, tajable; con algún grado de friabilidad. Existen tipos untables y rallables (duros). Se consume fresco o con algún grado de maduración.



RASGOS SENSORIALES ESPECÍFICOS DEL QUESO

- Color: diferentes tonos de amarillo
- Apariencia húmeda (en diferente grado)
- Sabor ácido
- Firmeza (en distinto grado)
- Percepción grasosa persistente en la boca
- Aroma "lácteo"



CONSERVACIÓN:

Se conserva al ambiente o en cadena de frío; el queso madura durante su conservación.



COMPOSICIÓN:

	Humedad	Sólidos	Proteína	Grasa	Cenizas	Sal (NaCl)	Calcio	pH	Aw
% En peso, base húmeda	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Promedio	45.7	54.3	19.5	26.3	5.20	3.4	0.15	4.20	0.95
Desviación estándar	±5.89	---	±4.18	±5.38	±2.99	±1.10	±0.06	±0.28	±0.02

Uno especial: Marca colectiva para productos o servicios de la economía social.



Programa creado por [Ley Nacional N° 26.355 de “Marca Colectiva”](#), para mejorar la calidad de los productos y/o servicios de la [Economía Social](#) y facilitar su inserción en el mercado.

Marca Colectiva es un signo distintivo común que identifica productos y/o servicios de la economía social y representa valores, métodos productivos comunes y estándares compartidos para productos elaborados o servicios prestados por agrupamientos de emprendedores.

Implementada por el Ministerio de Desarrollo Social, apoya a los emprendedores en la consolidación de sus identidades, los acompaña en el diseño de su imagen y los asesora en lo referido a los trámites necesarios para su registro ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI).

Capacitaciones brindadas por el [Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria](#) (INTA) y el [Instituto Nacional de Tecnología Industrial](#) (INTI).

Promueve la organización de **Ferias de la Economía Social** en todo el país con el objetivo de generar oportunidades de comercialización, promoción e intercambio para los emprendimientos. Asimismo, el portal de compra por Internet de productos artesanales **Compremos lo nuestro** herramienta web gratuita que los acerca a potenciales compradores, sin intermediarios.

Aceite de oliva extravirgen ?

- CAA
- Parámetros COI
- Varietales? Blends?
- Una construcción de acuerdos



Puán, Cabildo, Bahía Blanca,
Dorrego, Calderón, Mayor
Buratovich, Monte Hermoso.

Nombre: clase 29: aceites.



- “Sudoeste”: 4 registros: transportes, imprentas.
- “Sudoeste”; 1 registro para clase 33.
- “Bonaerense”: múltiples registros.
- 2 para la clase 29: “Valle Bonaerense del Rio Colorado” – vencida 2003; “La Bonaerense”, vencida 2005.

“aceite de oliva extravirgen” – no forma parte de la marca.

“sudoeste bonaerense”: eventuales dificultades por nombre geográfico . Ley 13647... ??

Muchas Gracias

	IG /DO	MARCAS INDIVIDUALES.
Tipo de Derecho. Titular	Derecho privado. PI + otros: competencia desleal, d. consumidor COLECTIVO- DIFUSO. Estado reconoce x registro. REGULACION AGRICOLA, con PI.	Derecho Privado. PI Personas Físicas o Jurídicas. Estado confluye, x registro, en la creación de la marca!
Nombre	Geográfico Directo o indirecto.	Cualquiera s/ ley (perceptible visualmente??)
Objeto	Productos Agrícolas y Alimentarios/ Vinos y bebidas	Todo tipo de productos y servicios.
OBJETIVO	Proteger la designación de origen autentica de un producto determinado y el vínculo entre su origen, su calidad y reputación. UN PRODUCTO	Identidad para el reconocimiento de un producto o servicio / origen empresarial. Uno o varios productos/servicios
Localización	Producto ligado a un territorio, región.	Pueden producirse en cualquier lugar!
Control. Acciones de defensa	<i>PUBLICO + PRIVADO</i> <i>Acciones administrativas,</i> <i>+ medidas privados -acciones legales</i>	PRIVADO. Acciones Legales vía Judicial.

IG/DO, Marca de certificación, Marca comercial colectiva.

	IG /DO	MARCA DE CERTIFICACION	MARCA COLECTIVA.
Tipo de Derecho. Titular	Derecho privado - COLECTIVO- con gran participación de autoridades publicas. Estado reconoce, y la Asociación IG administra. REGULACION AGRICOLA, con PI. PERU: TITULAR, ESTADO	Derecho privado. La Propiedad intelectual y la administración pertenece a una empresa o asociación, que no la puede utilizar directamente	Derecho Privado. La PI y la administración pertenecen a una asociación de fabricantes o productores. Estos comercializan con esa marca!
Definición.	IG – DO: Definición legal se aplica a todos los casos IG y DO en Leyes nacionales, x ej.	Normas y requisitos fijados por el Propietario de la certificación	Normas definidas por el propietario: x requisitos específicos o por restricciones a la

	IG-DO	MARCAS CERTIFICACION	MARCAS COLECTIVAS.
Nombre	Geográfico	Cualquiera Referencia geográfica?	Cualquiera. Referencia geográfica?
Objeto	Productos Agrícolas y Alimentarios.	Todo tipo de productos y/o servicios	Todo tipo de productos y/o servicios.
OBJETIVO	Proteger la designación de origen autentica de un producto determinado y el vínculo entre su origen, su calidad y reputación.	Certificar la calidad, las características, el origen geográfico Y/o el método de producción, etc.	Indicar la condición de miembro de una asociación o grupo que comparte la calidad, las características, lugar de origen y/o materias primas de un producto.
Duración	Indeterminada, desde el registro y mientras persistan las condiciones	Deben renovarse al cabo de un periodo de tiempo. Se debe pagar la solicitud y cada renovación.	
Cuestiones	Reputación previa y	Se requiere invertir para desarrollar la	

	IG-DO	MARCAS CERTIFICACION	MARCAS COLECTIVAS.
Localización	Producto ligado a un territorio.	Pueden producirse en cualquier lugar, reproducirse.	Se localiza según la agrupación titular No se transfiere o licencia.
Base de la Protección. Acciones de defensa	<i>Acciones administrativas, medidas de autoridades nacionales + medidas de actores privados.</i>	<i>Únicamente medidas de los titulares, privados: JUDICIALES.</i>	
Utilización.	Un producto con calidad específica ligada al territorio! Vínculo producto - territorio	Puede abarcar varias clases de productos o limitarse a uno específico. En función del registro de la marca y la estrategia de comercialización.	
	Abierta a todo productor que satisfaga los requisitos Para la utilización de la IG o la certificación		Condición de miembro de la asociación titular suele ser requisito de uso.