

# Valoración y protección de las Indicaciones Geográficas: El caso del Limón de Pica



---

JAVIERA CÁCERES BUSTAMANTE

CONFERENCIA REDLAS 2017

22-09-17

# Indicaciones Geográficas

---

Una Indicación Geográfica es un signo otorgado a productos que tienen un origen geográfico determinado y poseen cualidades o una reputación que derivan de su lugar de origen.

# IGs: Beneficios y efectos positivos

---

Institucionalización  
de la reputación  
colectiva

Diferenciación

Mayor demanda

Mayor precio

Mercados de nicho

Turismo ,  
gastronomía y  
empleo

# IGs: Costos y desafíos generales

---

Falta de  
concientización  
de la ciudadanía

Falta de  
financiamiento

Falta de  
asociatividad



# Antecedentes

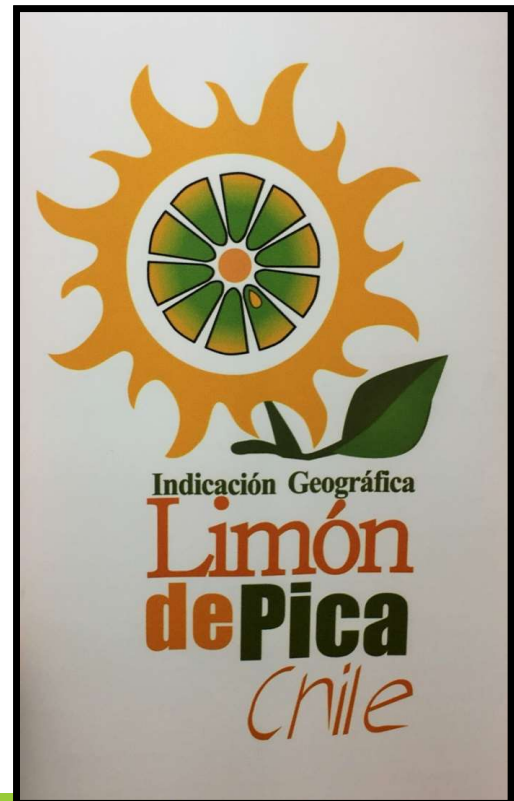
Oasis de Pica, Desierto de Atacama, Chile.

# El Caso del Limón de Pica



*Citrus  
aurantifolia  
(Christm.)*

- ❖ Primera IG en Chile
- ❖ El aroma posee un alto contenido de limoneno 3 (aceite esencial), y la cantidad de jugo



# RESULTADOS

---

# Resultados

---

Proceso de  
obtención

Agregación de valor  
al limón de Pica

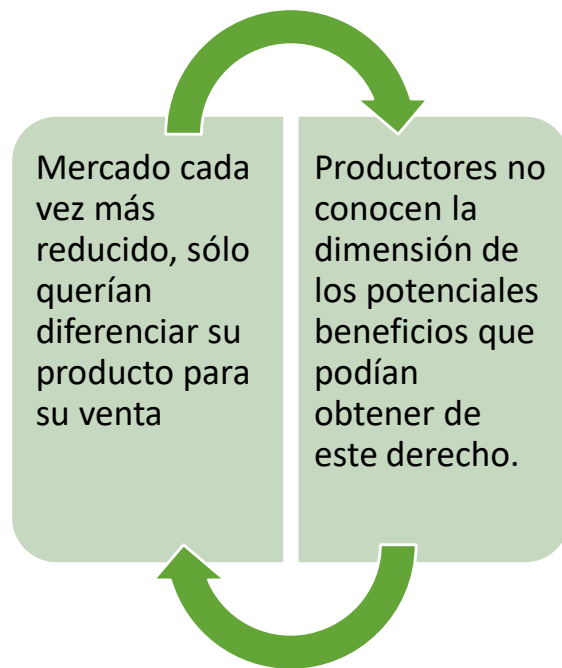
Comercialización e  
Internacionalización

Desarrollo de la  
localidad de Pica



# Proceso de obtención: Motivos

---



Mejorar el acceso a mercados, potenciar la diferenciación del producto, salir de la agricultura de supervivencia

# Proceso de obtención: Actores

---

Cooperativa Agrícola de Pica

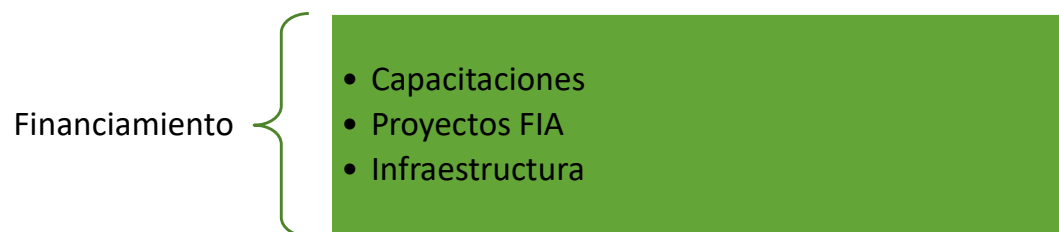
- Solicitud de Registro
- Minera Collahuasi

Frutos de Pica S.A

- Certificaciones internacionales
- Proceso de Internacionalización

# Proceso de obtención

---



1999

- Normalización de la Producción y Comercialización de Cítricos de Pica

2004

- Estudio Técnico-Económico para el Posicionamiento del Limón

2003

- Cultivo, Manejo y Comercialización de Limas Ácidas en México y Perú; (Citrus aurantifolia y Citrus latifolia)

2005

- Posicionamiento en los mercados del Limón de Pica con denominación de origen, identidad y calidad comer

# Agregación de valor del limón de Pica

---

## Falta de conocimiento

- Concepto de “nuevo lujo”

## Administración de la certificación

- Zona geográfica delimitada
  - Fiscalización del uso
- Cultivo y manejo de post cosecha
- Envasado y etiquetado
- Acceso al Sistema de una IG
  - Colectividad de la certificación

# Agregación de valor del limón de Pica

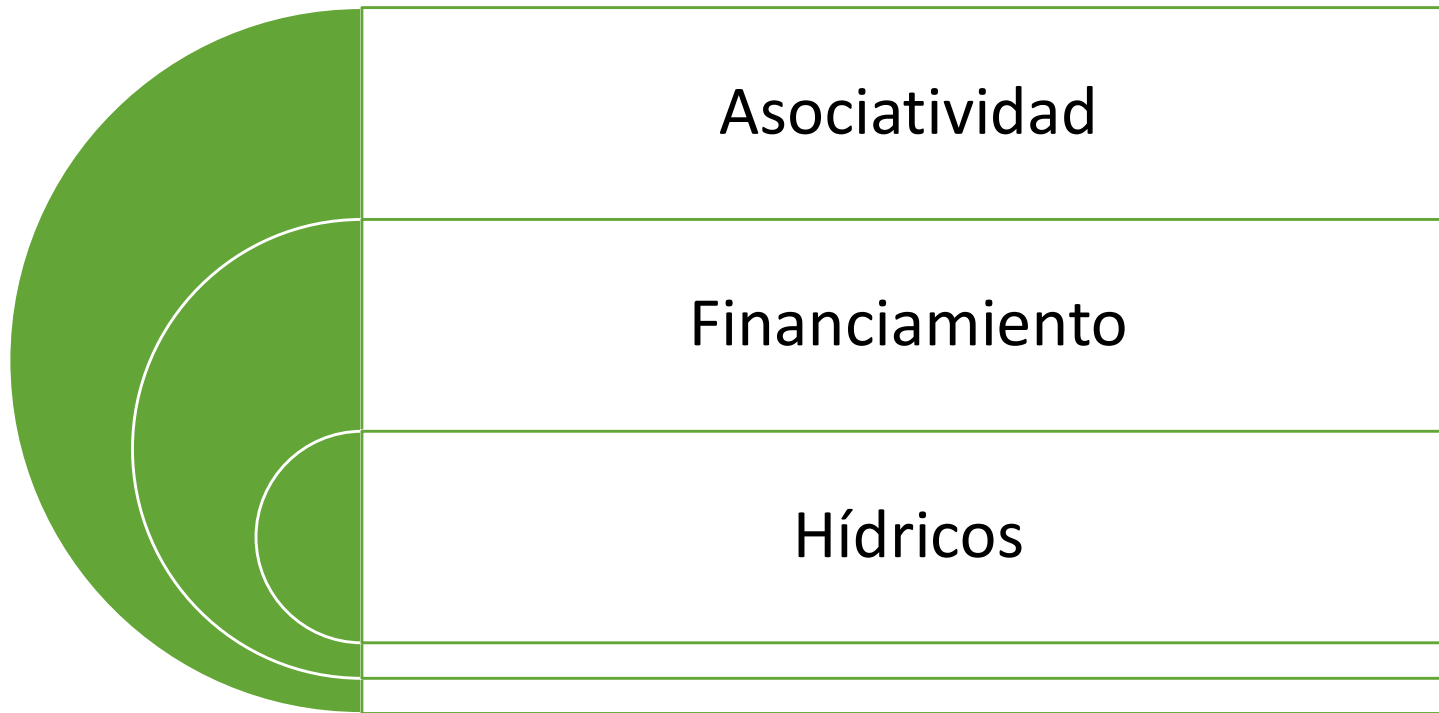
---

2010: Consejo Administrador de la Denominación de Origen (CADO).

- 2014: Comité Territorial de Protección y Administración de la Indicación Geográfica del Limón de Pica
- Agregación de valor

# Agregación de valor del limón de Pica

---



# Comercialización e internacionalización

---

## Nacional

Comité territorial de protección y administración de la Indicación Geográfica del Limón de Pica

Zona Norte (I y II), Zona Central (Santiago y Sur): Tiendas gourmet, canal HORECA y retail

## Internacional

ProChile, Frutos de Pica S.A, Jaime Viza

Giras ProChile: 2012, 2013, 2017

Mesa Técnica Privada del Limón de Pica

# Desarrollo de la localidad de Pica

---



# Desarrollo de la localidad de Pica: Creación y calidad de empleo

## Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura

PICA			
REGIÓN	2009	2011	2013
N° de empresas	56 197	48 171	45 166
N° de trabajadores	84 280	60 215	67 201

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Biblioteca del Congreso Nacional, 2015

## 2017

Tasa de ocupación: 59,8% entre enero y marzo

Tasa de Desocupación: 8,7%

Comercio (38.300)

Minería (16.700)

Enseñanza (15.200)

Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca (11.800)

# Desarrollo de la localidad de Pica: Gastronomía y Turismo

## Hotelería y Restaurantes en Pica

REGIÓN \ PICA	2009	2011	2013
	N° de trabajadores	51 3.858	59 4.519
N° de empresas	38 1.033	49 1.195	58 1.284

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Biblioteca del Congreso Nacional, 2015

- ❖ Municipalidad de Pica (2006 – 2009): Plan estratégico de turismo en conjunto con EUROCHILE y el SERNATUR en una Mesa Público-Privada.
- ❖ Casos exitosos no provienen de pobladores (mieles y mermeladas).
- ❖ Frutos de Pica S.A firmó un Convenio de Cooperación con la Asociación de Chefs de Tarapacá para utilizar productos del Oasis de Pica en la gastronomía y elaborar diversos platos típicos.
- ❖ Giras a España han ayudado a productores a darse cuenta del potencial que puede tener su producto en un mercado de nicho.

# Conclusiones

---

# Conclusiones

---

## DESCONOCIMIENTO

IG como un instrumento, falta de objetivos claros.

concientización de productores y consumidores.

## ASOCIATIVIDAD

Cultura individualista e inmediata.

Financiamiento.

## SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

¿Es efectivamente un caso exitoso?

¿Apoyo definido de manera correcta?

Ejecuciones presupuestarias

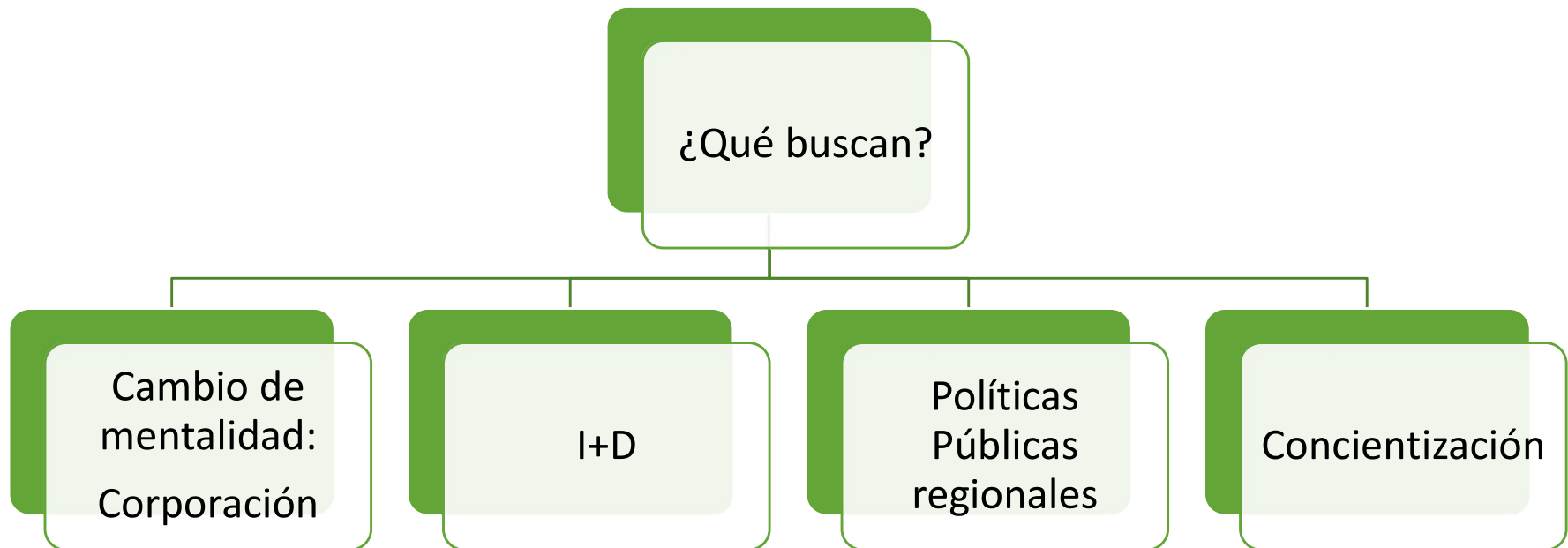
## INCORPORACIÓN DE SERVICIOS

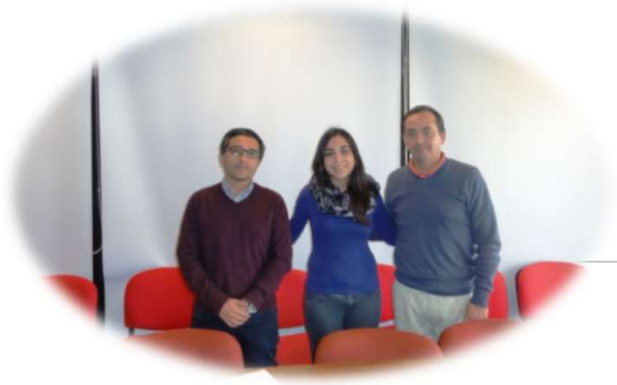
Cadena de producción.

Comercialización.

# Conclusiones

---





# MUCHAS GRACIAS

---

JAVIERA CÁCERES BUSTAMANTE

JPCACERES@UC.CL

