



Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas y participación social

Territorial development strategies: encouraging origin products through public policies and social participation

Yuritzí Paola Enríquez Caballero

Universidad Nacional Autónoma de México, México
pafec_2633@hotmail.com

DOI: <http://doi.org/10.45359/prne.17-34.1>

Recibido: 07/04/2019 ● Aceptado: 19/05/2019 ● Publicado: 30/12/2019

Resumen

Este artículo presenta una aproximación teórica sobre la importancia de las políticas de desarrollo territorial para fomentar los productos de origen e indica que estos productos, a su vez, pueden ser un instrumento potenciador del desarrollo. Si un producto de origen promueve el desarrollo económico del territorio, beneficia a la población por medio del empleo y este, simultáneamente, mejora el bienestar o la calidad de vida. Al mismo tiempo, las características socioculturales impulsan el desarrollo de un producto de origen, al ser estas las que le dan la identidad. Para ello, se emplea una metodología cualitativa, con el objetivo de identificar diversos enfoques, como el patrimonio y los bienes de calidad vinculados al territorio; el círculo virtuoso multifuncional de calidad, así como el de las cadenas globales de valor y las redes globales de producción. Asimismo, se

pretende analizar la importancia que tienen dichas políticas en la interacción entre las instituciones y la participación social.

Palabras clave: círculo virtuoso multifuncional de calidad, cadenas globales de valor, redes globales de producción.

Abstract

This article presents a theoretical approach on the importance of territorial development policies to promote origin products, acknowledging they can, in turn, be an instrument to enhance development. If an origin product promotes the economic development of the territory, it benefits the population through employment, which, in turn, improves people's wellness or quality of life. At the same time, socio-cultural characteristics encourage development of an origin product, since they give products identity. Consequently, a qualitative methodology is used to identify various

approaches, such as heritage and products of quality linked to geographical origin, multifunctional virtuous circle of quality, global value chains, and global production networks. In addition, the importance of these policies in the interaction between

institutions and social participation is analyzed.

Keywords: multifunctional virtuous circle of quality, global value chains, global production networks.

Introducción

Los productos de origen se consideran bienes públicos geográficamente restringidos que poseen una calidad o característica especial vinculada al lugar. Esta calidad es certificada por una institución, por medio de sellos que “funcionan como elementos diferenciadores y permiten a los consumidores distinguir entre productos con características basadas en su origen geográfico” (Eguillor, 2014, p. 1). Estos productos pueden considerarse una herramienta capaz de reducir asimetrías en el territorio, ya que el valor agregado que estos generan beneficia a todos los productores. Por otro lado, son un instrumento de comercialización, debido a que al contar con sellos pueden ser fácilmente diferenciados por los consumidores, los que están dispuestos a pagar un sobreprecio, contribuyendo así a aumentar el bienestar económico de los productores. Finalmente, los productos de origen suelen llevar otras externalidades positivas: la creación de empleo local, así como estimular nuevas actividades relacionadas con las áreas del turismo y la gastronomía (De la Calle, 2002).

Este artículo describe la relevancia del territorio y su vínculo tanto con el patrimonio como con los bienes que en ese mismo espacio se producen, teniendo en cuenta que dichos productos forman parte de la identidad cultural de un grupo social ubicado en una zona determinada y que, al mismo tiempo, son un medio para el desarrollo territorial. En segundo lugar, se presentan los enfoques de las CGV/RGP; actores como el Estado y las instituciones intervienen en ellas, por medio de políticas y programas. Posteriormente, se identifica que las políticas de desarrollo territorial pueden ofrecer medios determinados para fomentar cada uno de los segmentos de las CGP/RGP, siempre y cuando dichas políticas estén diseñadas en función de las necesidades identificadas con las partes locales interesadas. También se discute si es preciso implementar una política para los productos de origen que genere alternativas para la reivindicación de prácticas tradicionales, el conocimiento y reconocimiento del patrimonio, al igual que la creación

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...

Yuritzi Paola Enriquez Caballero



de mecanismos alternos para el fortalecimiento de las economías rurales. Finalmente, se presentan algunas últimas reflexiones.

La relevancia del territorio: sus patrimonios y los bienes vinculados al territorio

La incorporación de la dimensión espacial al análisis económico es un hecho reciente, a pesar de que, desde sus orígenes, la ciencia económica planteaba como un aspecto relevante el lugar específico en el cual se realizan los procesos de producción, distribución y consumo de bienes; por lo tanto, cualquier intento por analizar la situación de la actividad productiva de un país y el de sus regiones debe contar con una perspectiva de análisis espacial. Sin embargo, no es fácil incorporar dicha perspectiva al análisis económico, aunque, sin duda, la actividad económica se desenvuelve tanto en el tiempo como en el espacio.

El territorio es, en primer lugar, un espacio geográfico limitado al medio físico, no obstante, el término es más amplio que solo un espacio físico, ya que combina el medio natural y el ordenamiento social, el cual comprende a las personas que se apropian de él (Raffestin, 1986). En este sentido, el territorio adquiere importancia como componente principal en la configuración de la identidad, pues no solo se trata de un espacio y de los elementos que allí se encuentran, sino también tiene un aspecto abstracto que surge de la interacción de la sociedad con la naturaleza. Por ello, el concepto empleado es que “el territorio se refiere a un conjunto de relaciones sociales que dan origen y a la vez expresan una identidad y un sentido de propósito compartidos por múltiples actores públicos y privados” (Schejtman y Berdegué, 2004, p. 29). Bajo esta definición, el territorio es examinado como un factor permanente del desarrollo, como un espacio en constante cambio que es transformado por los distintos intereses de los actores del desarrollo y por una red de relaciones sociales de reciprocidad y cooperación (Delgadillo y Torres, 2009).

Ahora bien, si a esas modificaciones se añade la intervención del Estado, el territorio se sitúa en el ámbito de las políticas públicas, las cuales son herramientas decisivas para la conservación, cambio o disolución territorial, según el fin que se busque, ya sea mantenerlo, mejorarlo, transformarlo o incluso llevarlo a su desaparición. Giménez (1994) expresa que cuando la valorización del territorio por la política pública se constituye en objetivo, adquiere el sentido práctico de una intervención de planificación y gestión territorial.

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...

Yuritzi Paola Enríquez Caballero



Al entender el territorio como un espacio de interacciones sociales en donde se parte de iniciativas locales, Flores (2007) menciona que existe un sentimiento de pertenencia de los actores locales respecto a la identidad construida y asociada al espacio de acción colectiva y de apropiación, donde son creados lazos de solidaridad entre ellos. Esto generalmente se asocia a elementos patrimoniales, ya que, siguiendo a Hall (1997), el patrimonio es un concepto vinculado a la ideología de pertenencia, legitimación e identidad.

El patrimonio

Uno de los recursos con mayor magnetismo y capacidad de generar íconos espaciales representativos del territorio es el patrimonio, es decir, este caracteriza a aquel. El patrimonio es “un término complejo y bastante amplio que hace referencia a los elementos valiosos para la sociedad en general y para ciertos grupos de personas que los contienen, en particular” (Alvarado y López, 2018, p. 16). Cabe señalar que el patrimonio va más allá de los reconocimientos otorgados por organismos internacionales o las instituciones de cada país.

Algunas de las acciones relevantes para la protección y conservación del patrimonio surgen desde la implementación de la Oficina Internacional de Museos en 1926. Posteriormente, en 1945, se creó la UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) y, en 1972, se estableció la Lista del Patrimonio Mundial. Finalmente, en el 2003, se establece la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, en la cual se registran tradiciones, expresiones, conocimientos, prácticas y técnicas relacionados con el saber tradicional (Gravari-Barbas, 2018).

Sin embargo, en los últimos años, el patrimonio ha sufrido diversos cambios, estimulados por la tecnología, las redefiniciones teóricas, sociales y culturales en el contexto de la globalización y sus secuelas (Echavarría, 2016). Entre estos cambios, surge un debate sobre lo que puede llamarse patrimonio, pues existen algunos bienes típicos o de origen, que no pueden adquirir esa categoría. Esto se debe, siguiendo a Echavarría (2016), a que algunos productos no cumplen con las normas, leyes y medidas administrativas emanadas de las instituciones, como la UNESCO en el ámbito internacional, hasta las diversas instancias nacionales y locales, ministerios, institutos y secretarías de cultura, así como de numerosas agencias privadas, que tienen motivaciones y objetivos diversos.

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...

Yuritzi Paola Enríquez Caballero



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.

Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

Cabe señalar que el patrimonio y la identidad cultural son conceptos relacionados, pero cada uno posee su propio ámbito. Fernández (2018) señala que, por un lado, el patrimonio es una expresión de la cultura de un grupo humano y constituye un vínculo entre generaciones. Entonces, posee un valor étnico y simbólico, ya que constituye la manifestación de las formas de vida de un pueblo, es decir, su identidad, la cual se refiere a la tradición y una herencia cultural, teniendo siempre en cuenta que el ser humano busca coincidencias, en aras de sentirse integrante de un colectivo y de desarrollar el sentido de pertenencia. En resumen, el patrimonio es una expresión de la identidad cultural de un pueblo (Marcos, 2004). Siguiendo esta idea, la identidad cultural de una población viene definida a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como los bienes que producen, la lengua, las relaciones sociales, los ritos, las ceremonias propias, los comportamientos colectivos y otros elementos materiales e inmateriales (Fernández, 2018).

Los cambios producidos por la globalización son retos que deben ser enfrentados por las culturas locales: las estrategias de sobrevivencia resultan complicadas en ocasiones, pues al interior de las mismas sociedades se generan contradicciones, a partir de una percepción diferente entre la tradición y el progreso (Ranaboldo, y Schejtman, 2009). Por lo tanto, la valorización de la identidad, por medio de los bienes vinculados al territorio, se entiende como una reacción a las tendencias homogeneizadoras de la globalización (Linck, Barragán y Navarro, 2014).

Los bienes vinculados al territorio o productos de origen

Las prácticas de desarrollo local basadas en la valorización de la identidad cultural son cada vez más habituales y populares: por un lado, constituyen parte importante de las formas alternativas del desenvolvimiento económico experimentado en las décadas recientes; por otro, se inscriben como un movimiento de resistencia ante la globalización. Estas prácticas “responden a la crisis del modelo industrial fordista y a una globalización que amenaza la supervivencia de las diferencias locales y la capacidad de comunidades y estados nacionales para forjar su propio destino” (Fonte y Ranaboldo, 2007, p. 9).

Esta valorización de la identidad cultural, por medio de los bienes vinculados al territorio, es un proceso económico adaptado sin dificultad a los territorios que han sufrido menos el impacto tanto de la industrialización como de la globalización y conservan con frecuencia su identidad cultural. Además,

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzí Paola Enríquez Caballero



debido a sus características, estas experiencias son más propias de las comunidades locales rurales pequeñas. Fonte y Ranaboldo (2007) señalan que reflexionar sobre la posibilidad de valorizar económicamente la identidad cultural de los territorios locales rurales significa cuestionarse acerca de la eficacia de esta vía de desarrollo para solucionar o disminuir la pobreza y desigualdad.

Los bienes vinculados al territorio son todos aquellos productos que se diferencian por su identidad local y su tipicidad, como resultado de su vínculo a dicho territorio, es decir, su origen. Es importante destacar que la calidad es una de las principales características que buscadas por los productos de origen y esta se construye de manera colectiva por las observaciones¹ de los productores y consumidores. Barjolle y Vandecandelaere (2012) señalan que la calidad es evolutiva y está compuesta por elementos objetivos, como las características organolépticas, y subjetivos, como los valores identitarios o la autenticidad. Estos elementos están asociados a un contexto geográfico característico y combinados otorgan una calidad específica a un producto, es decir, una identidad única e irreproducible.

Barjolle (2006) indica que, en la medida en que un producto es reconocido por los consumidores, se puede favorecer la creación de diversos valores económicos, sociales y ambientales, distribuidos por toda la cadena de valor, es decir, entre productores, elaboradores, intermediarios, minoristas y el resto de actores locales, especialmente, la población local. Entonces, la valorización de un producto de origen puede tener efectos positivos que se reforzarán con el paso del tiempo, por lo que se refiere a la viabilidad económica y a la conservación del patrimonio tanto natural como cultural; al mismo tiempo, permitirá conservar los sistemas agroalimentarios y las redes sociales asociadas, con la finalidad de contribuir al desarrollo sustentable (Vandecandelaere et al., 2010).

Los bienes de calidad vinculada al territorio² o productos de origen se pueden determinar por un nombre particular referido a ese espacio geográfico. Tal denominación representa un bien que atribuye una particularidad o una reputación específica (Barjolle y Vandecandelaere, 2012). En resumen, la valorización del conocimiento técnico local y la inclusión de los actores rurales que lo apropian y lo pueden usar en la planeación del desarrollo

¹ Algunos actores locales desean evaluar el vínculo de su producto con el origen, para definir una estrategia territorial de conservación y de promoción.

² En lo subsecuente, se utilizará el concepto de “productos de origen” como un referente a los “bienes de calidad vinculados al territorio”.

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...

Yuritzi Paola Enríquez Caballero



podrían llevar a una visión de sostenibilidad que trascienda la disyuntiva entre tradición y progreso, al igual que ofrezcan una respuesta diversificada a las exigencias de calidad de vida de las áreas y las poblaciones locales rurales.

Los productos de origen se designan de manera diferente dependiendo del país, por lo tanto, el concepto de producto de origen es el término más amplio e incluyente. Puede estar relacionado con productos que no tienen un nombre geográfico explícito y con otros que sí lo hacen, en cuyo caso se puede tratar de indicaciones geográficas, indicaciones geográficas protegidas, denominaciones de origen, denominaciones de origen calificadas, denominaciones de origen protegidas o especialidad tradicional garantizada (Barham y Sylvander, 2011).

Esta designación a los productos es un avance en el proceso de mejora del valor y un resultado del comportamiento de los actores locales y no locales. Como señalan Barham y Sylvander (2011), los productos de origen se caracterizan por uno o más factores clave: (i) características del material que hacen que el producto sea particular; (ii) carácter específico de los recursos utilizados en el proceso de producción; (iii) historia y tradición del producto, más conexiones con la historia y tradición de los habitantes del territorio; y (iv) dimensión colectiva, es decir, diversos actores involucrados, con conocimiento local compartido de producción y consumo.

Los productos de origen como medios para el desarrollo territorial

Los productos de origen cumplen con una importante función económica y social, como contribuir al desarrollo y patrimonio cultural del territorio. Además, se constituyen en una fuente de ingresos importante para las familias campesinas; una vez que son reconocidos por su calidad, adquieren un alto valor económico representado en el excedente que el consumidor final paga en el mercado. Los signos distintivos de los productos de origen van más allá de la emisión de un certificado para identificar un bien propio de un territorio, con características únicas y calidad particular; también se constituyen como una herramienta fundamental para que un país defienda lo suyo de la competencia desleal realizada a través de imitaciones, falsificaciones o adulteraciones (Thévenod-Mottet y Delphine, 2011).

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzi Paola Enríquez Caballero



Bueno y Aguilar (2005) expresan que un producto de origen se presenta como un punto de convergencia de la revalorización del pasado, la reinención de las tradiciones con el cambio tecnológico, la resignificación de la calidad, la ampliación del ámbito de circulación de mercancías y las transformaciones en el gusto del consumidor no local. Historia, territorio, derecho a la particularidad cultural y calidad parecieran construir el fundamento para la recuperación de lo propio, así como de la lucha legitimada y apropiada por el Estado en favor de la sobrevivencia y reproducción de actividades agropecuarias en riesgo de extinción. Por ello, un producto de origen puede ser un importante punto nodal de la modernización, ya que materializa lo que se ha perdido (como la tradición) con el consumo masivo de bienes.

Además, los productos de origen son una herramienta para el desarrollo territorial: para estos, el lugar de origen es fundamental, pues están dotados de características únicas que los distinguen del resto; adicionalmente, encuentran una demanda en el mercado que permite garantizar su continuidad en el tiempo. Por otro lado, en la economía de mercado los productos de origen representan una forma de disminuir las asimetrías de información, pues etiquetan un bien y crean una reputación sobre este que le capacita diferenciarse (Gómez-Sierra, 2004).

Los productos de origen son resultado del entorno concreto del que proceden y que les confiere características, calidad y reputación específicas. Su vínculo con la zona en la que se producen constituye la base de un círculo virtuoso de calidad. Barjolle y Vandecandelaere (2012) señalan que eso significa que la promoción de la calidad vinculada al origen puede tener repercusiones positivas en los aspectos económico, social y ambiental, que a su vez se verán reforzados con el tiempo, gracias a la preservación de los recursos locales implicados. En este sentido, los sistemas de producción de los productos de origen proporcionan bienes públicos tanto locales como globales.

Un tipo ideal de un sistema de producción de un producto de origen es una especie de círculo virtuoso idealizado del producto de origen (figura 1), capaz de lograr un alto número de efectos beneficiosos para el desarrollo territorial (Boisseaux, 2002). El tipo ideal de un sistema de producción de un producto de origen puede tener múltiples efectos, más allá de la producción de bienes reconocidos, ya que podría contribuir a varios objetivos sociales que, en conjunto, satisfacen la dimensión del mercado, al tiempo que producen efectos externos positivos (Belletti et al., 2003).

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzí Paola Enríquez Caballero



En este sistema de producción, los productos de origen tienen diversos valores: por un lado, los públicos locales, es decir, los servicios rurales que los actores locales pueden incorporar en sus estrategias privadas y colectivas; por otro, los públicos globales, los cuales son los valores de las características ambientales y culturales que se mantienen.

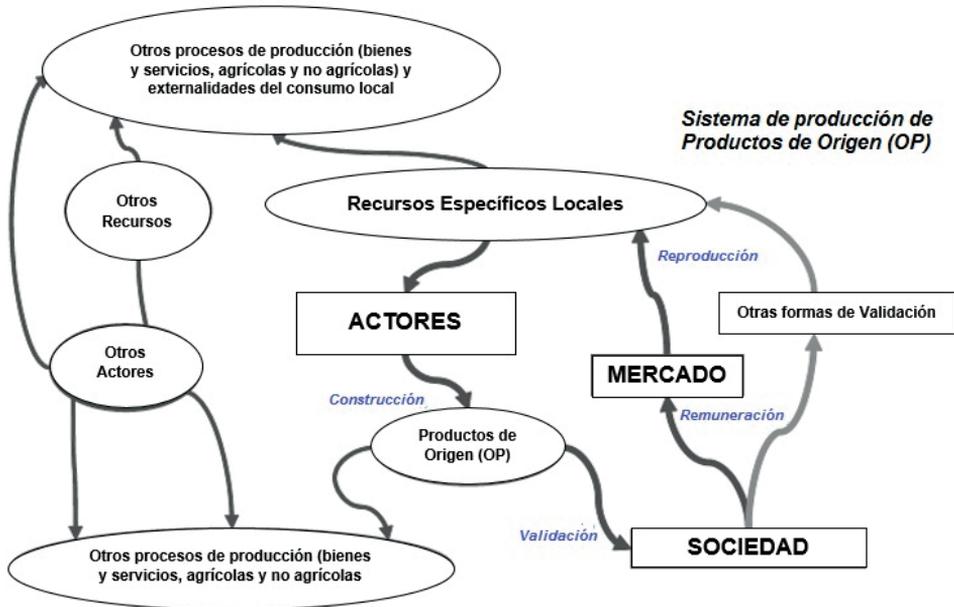


Figura 1. El círculo virtuoso del producto de origen
Fuente: Belletti y Marescotti (2011).

En primera instancia, se debe considerar el producto de origen como la base de un conjunto de recursos locales. El comportamiento y las estrategias de los actores, tanto individuales como colectivos, construyen el producto de origen a lo largo del tiempo, desencadenando acciones que buscan dar valor a los recursos locales utilizados en el proceso de producción, mediante el empleo de un conjunto específico de herramientas y métodos, por ejemplo, una denominación de origen, una indicación geográfica, una ruta del vino u otras iniciativas (Belletti y Marescotti, 2011). El producto debe ser validado por el exterior, lo cual es realizado por la sociedad, a través del mercado o por otras formas de validación que, dentro de este círculo virtuoso, conducen a la remuneración de los recursos utilizados.

Ahora bien, el funcionamiento del círculo virtuoso de un producto de origen implica efectos económicos directos relacionados con la comercialización de ese producto y también efectos indirectos, ya que tiene un impacto positivo en el stock de otras formas de capital, como el natural, humano y físico (Bourdieu, 1987). Otros sistemas de producción locales y no locales también pueden beneficiarse de esta acumulación de capital, lo que condiciona la calidad de vida de la comunidad local de una manera que va más allá de los actores directamente involucrados en el proceso de creación de un producto de origen.

Entonces, el círculo virtuoso evidencia que existen posibilidades para activar procesos paralelos en el territorio, ya que el producto de origen en sí es un recurso utilizado por otros actores o por los mismos que lo producen, activando así nuevos procesos de producción en otros ya existentes. En tal caso, el producto de origen es uno de los elementos más importantes de atracción en un paquete de bienes y servicios. Por otra parte, los recursos específicos protegidos por el círculo virtuoso ingresan en otros procesos de producción o de consumo (Belletti y Marescotti, 2011).

En resumen, al tener en cuenta el círculo virtuoso y los posibles efectos positivos³, la valorización del producto de origen debe considerarse un proceso con diferentes cadenas vinculadas entre sí. Cada una de estas cadenas requiere herramientas específicas y puede ser respaldada por políticas de desarrollo territorial particulares. En este sentido, las políticas de desarrollo territorial pueden ejercer una función importante a lo largo del círculo, con la finalidad de construir un marco institucional adecuado y multiplicar los efectos positivos de los productos de origen en el desenvolvimiento del territorio. Los actores públicos pueden intervenir directamente en la implementación de un producto de origen, participando junto con los otros actores involucrados en la elaboración de las reglas o el control de su cumplimiento (Vandecandelaere et al., 2010). Por ello, es importante que las organizaciones de productores representen realmente los diversos intereses del sistema de producción de un producto de origen y actúen de conformidad con reglas que permitan la participación de todas las partes interesadas en la toma de decisiones.

La FAO (2018) señala que los productos de origen son una estrategia de los sistemas de producción y comercialización de productos que posicionan las

³ Se puede identificar cuatro categorías diferentes de efectos positivos que se espera que la valorización de un producto de origen ejerza sobre el desarrollo territorial: i) apoyo a la cadena de suministro de un producto de origen; ii) apoyo a la diversificación económica territorial; iii) empoderamiento y activación de los recursos humanos, más el desarrollo de la organización social local, y iv) protección del medio ambiente, servicios y culturas locales (Belletti et al., 2008).

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...

Yuritzi Paola Enríquez Caballero



características sociales, culturales y ambientales en el centro de la cadena o red de valor. Por el lado económico, la calidad diferenciada de tales productos ocasiona que los consumidores estén dispuestos a pagar precios más altos por ellos; al final, los ingresos de los productores se multiplican, por lo que pueden resultar una vía para fomentar el bienestar social.

Ahora bien, en el ámbito social, en donde se incorpora la gobernanza territorial⁴, el producto de origen puede conllevar una vía hacia el desarrollo sostenible para las comunidades locales, fomentando productos de calidad diferenciada, impulsando las CGV/RGP y mejorando el acceso a mercados más remunerativos. La gobernanza territorial explica la capacidad de las sociedades para resolver sus asuntos y de contribuir al desarrollo de sus territorios, por medio de la articulación y participación de diversos actores territoriales, como el Estado (gobernanza multinivel vertical), la sociedad civil, las agencias públicas localizadas territorialmente y el sector privado (gobernanza multinivel horizontal), en un contexto en el cual el gobierno está enfocado en las oportunidades de los territorios, estimulando el crecimiento económico con inclusión social (Serrano, 2011).

Las cadenas globales de valor/redes globales de producción

Las cadenas globales de valor (CGV) son “un conjunto de redes organizadas entre sí, agrupadas alrededor de un producto, conectando entre sí unidades familiares, empresas y Estados dentro de la economía global” (Gereffi y Korzeniewics, 1994, p. 2). En este sentido, una CGV describe la variedad total de actividades requeridas para conducir un producto o servicio, desde su concepción hasta la entrega al consumidor, la disposición y el desecho final, a través de diversas fases intermedias de producción, involucrando combinaciones de transformación física y los insumos de diferentes servicios de productores (Gereffi, Korzeniewicz y Korzniewics, 1994).

La noción de las CGV está fundamentada con el enfoque de las cadenas de mercancías dentro del desarrollo de la teoría del sistema-mundo, propuesta por Hopkins y Wallerstein en 1977. Como parte de una reconfiguración en el nivel mundial, Gereffi (1994) propone algunos cambios significativos en el enfoque de las cadenas de mercancías. Primero, incluye el término global, haciendo referencia a lo distinto de este respecto a la internacionalización; esta

⁴ La gobernanza territorial se ha convertido en una herramienta muy confiable para realizar una gestión más efectiva de las políticas de desarrollo territorial (Farinós, 2008).

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzi Paola Enriquez Caballero



última la concibe como “la dispersión geográfica de las actividades económicas a través de las fronteras nacionales; y la globalización, como la coordinación e integración funcional de esas actividades internacionalmente dispersas” (Gereffi et al., 2005, p. 78). Segundo, el autor cambia el término mercancía por valor, con el objetivo de diferenciar las mercancías de los productos primarios, para incorporar otro tipo de productos (Gibbon y Ponte, 2005).

En este acercamiento, la caracterización de las cadenas se desarrolla por medio de la definición de calidad del producto por los precios, la confianza entre las partes, el conjunto de parámetros medidos por terceros, el compromiso colectivo y la reputación del evaluador; es importante destacar que estas condiciones son complementarias más que excluyentes. Por su parte, Elms y Low (2013) mencionan que es necesario el rediseño de las políticas en sus múltiples ámbitos, a modo de promover la participación de las empresas locales en las CGV y disminuir las barreras o limitantes existentes a lo largo de las cadenas.

Hoy en día, este enfoque se ha convertido en un instrumento importante para el análisis de las redes económicas sobre las que se estructura el capitalismo actual y, al mismo tiempo, ha servido para la generación de políticas de desarrollo. Cabe destacar que en las CGV no se representa solo una relación organismos-Estados, sino que se ha ajustado en un cuerpo socialmente más complejo, el cual incluye diversos actores y organizaciones, como las organizaciones no-gubernamentales, familias, productores, etc. (Werner et al., 2014).

Ahora bien, todo producto forma parte de al menos una cadena de valor, incluso los productos de origen, en donde las actividades o procesos que componen su cadena tienen una base local que a menudo se lleva a una escala regional o internacional. En estos procesos, interactúan diversos actores; entre estos, se encuentran los actores públicos e instituciones que intervienen por medio de políticas y programas, en un contexto de desarrollo sustentable. Además, algunas actividades que componen una cadena de valor pueden tener una base local, pero con frecuencia se llevan a cabo en redes entre empresas, en una escala mundial o regional (Gereffi et al., 2001).

Los estudios de las CGV se han centrado en las relaciones de poder entre las autoridades y los actores en ellas, así como en la forma en que los recursos se asignan y se distribuyen, dejando a un lado el análisis de sus componentes territoriales (Pozas, 2012). Por lo tanto, para evaluar los impactos de análisis territorial, el enfoque de las CGV resulta insuficiente, por lo que se deben tomar

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...

Yuritzi Paola Enriquez Caballero



en cuenta visiones que consideren el arraigo/incrustación (embeddedness) de las empresas y otros actores en el territorio.

En este sentido, Henderson et al. (2002) propusieron el enfoque de las redes globales de producción (RGP), que proporciona un análisis horizontal de las empresas en los nodos de la cadena, tomando en cuenta las características materiales, sociales e institucionales de la localidad donde se encuentran incrustadas y que se asume influyen de manera importante en su comportamiento. Siguiendo a estos autores, las RGP pueden ofrecer una mejor versión analítica sobre la distribución internacional cambiante de la producción y el consumo, así como acerca de la viabilidad de las diferentes estrategias de desarrollo con las que se relacionan, lo que anteriormente era posible. En resumen, en las RGP se destaca la naturaleza y el alcance de las relaciones entre empresas y actores que unen grupos de compañías en agrupaciones económicas más grandes (Sturgeon, 2002).

Adicionalmente, las RGP reconocen que las empresas, los gobiernos y otros actores económicos de diferentes sociedades a veces tienen distintas prioridades con respecto a la rentabilidad, el crecimiento, el desarrollo económico, etc. y, en consecuencia, las implicaciones de la red de producción para el desarrollo económico, en cada ubicación espacial, no pueden ser entendidas desde la lógica de la organización de la red y la distribución del poder corporativo en ella (Henderson et al., 2002).

El Estado y las políticas de desarrollo territorial en las cadenas globales de valor/redes globales de producción

Debido a que en las CGV existen asimetrías entre diversos países en desarrollo, así como al interior de estos, situación atribuida principalmente al tamaño y a las características de las empresas, Pietrobelli y Staritz (2017) señalan la necesidad de políticas de desenvolvimiento que puedan desempeñar un papel estratégico para lograr una mayor equidad. Los autores justifican el requerimiento de políticas en las cadenas, debido a las fallas de coordinación y comunicación entre cada proceso o etapa; a la competencia imperfecta; al poder de mercado; a la incertidumbre; así como a las externalidades y los efectos de derramas del conocimiento. Es de este modo que las políticas desempeñan un papel para estabilizar las relaciones de poder y desigualdades, a lo largo de las CGV.

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzi Paola Enríquez Caballero



Sin duda, el Estado, así como las instituciones internacionales, nacionales, regionales para la cooperación al desarrollo intervienen en las CGV, por medio de políticas de desenvolvimiento y programas (Henriksen et al., 2010). Cabe señalar que existen diversos tipos de intervenciones entre los que destacan los de acceso e integración a las CGV, centradas en: i) atraer inversiones, empresas, proveedores internacionales; ii) posibilitar el funcionamiento de las cadenas, y iii) aumentar la capacidad de distribución de las empresas locales para interactuar con las CGV. Existen otro tipo de intervenciones que capturan el valor en las CGV y buscan aproximar mayores beneficios, por medio del desarrollo de capacidades tecnológicas y de atraer innovación (Morrison et al., 2008). En síntesis, el planteamiento de las CGV resulta importante en la formulación, el diseño y la implementación de las políticas de desarrollo. Esto se debe, siguiendo a Riisgaard et al. (2010), a que en los noventa se reconoce el papel fundamental del sector público, para fomentar el desarrollo económico, mediante la generación de empleo, con la finalidad de reducir la pobreza.

Algo semejante sucede en las RGP, donde, siguiendo a Yong-Sook, Inhye y Hyungjoo (2014), el Estado juega el papel de intermediario activo en el proceso dinámico de unión estratégica (coupling) entre las empresas líderes y los actores locales en el desarrollo territorial. El Estado tiene dos roles fundamentales: i) es contenedor de políticas, normas y prácticas y ii) es constructor de sistemas de innovación local para globalizar el desarrollo territorial en el contexto de una sociedad centripeta (Coe et al., 2004). Es decir, “la unión dinámica estratégica de las RGP y los activos territoriales, es una interfaz mediada por una gama de actividades institucionales en diferentes escalas geográficas y organizativas” (Coe et al., 2004, p. 469). Por lo tanto, el éxito o fracaso en el desarrollo territorial depende de la capacidad de esta unión estratégica para fomentar los procesos de valoración y mejora.

Cabe destacar que el poder y el control son críticos en los procesos de unión estratégica, ya que las relaciones resultan asimétricas entre las empresas, los actores y las instituciones en las RGP. Sin embargo, Yong-Sook, Inhye y Hyungjoo (2014) mencionan que, normativamente, destaca el proceso de negociación cooperativa entre las empresas y los actores, por medio de las instituciones, las cuales incluyen a instituciones específicas, organismos nacionales e internacionales, al igual que instituciones extralocales que afectan las actividades dentro del territorio sin necesariamente tener una presencia (Coe et al., 2004).

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...

Yuritzí Paola Enríquez Caballero



En tal caso, se requiere la existencia de estructuras institucionales que promuevan, simultáneamente, ventajas territoriales y mejoren la articulación del territorio en las RGP. De esta manera, Coe et al. (2004) señalan que la probabilidad de captura de valor en territorios específicos aumenta más por un conjunto cooperativo de instituciones estatales, laborales y empresariales que ofrecen activos específicos del territorio a las empresas en las redes.

Las instituciones, los productos de origen y las políticas de desarrollo territorial

El desarrollo de los productos de origen estimula la interacción entre los actores, desde las instituciones y la sociedad, ya que, habitualmente, las autoridades están muy vinculadas con el proceso en las CGV/RGP. Cabe destacar que es importante fortalecer e impulsar el patrimonio y los productos de origen, mediante la participación de los actores públicos, con políticas de desenvolvimiento territorial, para fomentar el desarrollo sustentable. En sinopsis, el desarrollo eficiente de un producto de origen puede ser un instrumento de gran importancia para el progreso económico, social y ambiental de un territorio (Belletti et al., 2008).

La importancia de las políticas de desarrollo territorial

Las instituciones, los actores locales y las empresas ejercen una función importante, al proporcionar el marco institucional adecuado para los productos de origen en las CGV/RGP, que al mismo tiempo se vinculan con el círculo virtuoso multifuncional. Sin embargo, la función de estos actores va más allá del solo establecimiento de dicho marco. El valor del círculo virtuoso multifuncional está sujeto a constantes evaluaciones: “Los efectos del Círculo Virtuoso no son automáticos, sino que dependen de la eficacia de las estrategias de los actores privados (individuales o colectivos) y públicos (instituciones y organizaciones) para definir las relaciones entre un producto con los recursos locales, las comunidades y los mercados” (Vandecandelaere et al., 2010, p. 161).

Las políticas de desarrollo territorial pueden colaborar de manera significativa a la creación de las condiciones favorables, para aprovechar el potencial de los productos de origen. Los actores públicos disponen de un conjunto diversificado de políticas de desarrollo territorial; muchos de estas no son específicas de los productos de origen, pero pueden utilizarse y coordinarse en un enfoque general y dinámico, complementándose con una política de calidad vinculada al origen.

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzi Paola Enríquez Caballero



Las instituciones que participan en las políticas de desarrollo territorial son actores públicos claves desde un punto de vista funcional, pero también lo pueden ser instituciones que están involucradas en actividades relacionadas con el sector alimentario, la propiedad intelectual, el turismo, la cultura, la educación, la industria, etc. Desde el ámbito geográfico, las instituciones internacionales y nacionales, estatales y locales, deben colaborar, relevantemente, en la aplicación de políticas de desarrollo territorial en pro de los productos de origen. La distribución de funciones públicas, así como la integración y armonización de las políticas en dichos niveles son factores clave que se deben considerar.

En este sentido, Schejtman y Berdegú (2004) mencionan que el desarrollo territorial es un proceso de transformación productiva e institucional en un espacio determinado, cuyo objetivo es reducir la pobreza. La transformación productiva deja a un lado el paradigma de los territorios como meros proveedores de bienes agrícolas; además, busca una ampliación de las actividades productivas en los espacios, que permita construir portafolios de bienes y servicios, predominantemente bienes agroalimentarios y servicios relacionados con ellos, que ofrezcan una variedad de actividades generadoras de ingresos para la población.

Por su parte, la transformación institucional se refiere a la importancia del fortalecimiento del conjunto de actores que participan en un territorio para integrarlos en la toma de decisiones que incumben a este, así como a la definición de estrategias, lineamientos y políticas por seguir para mejorar sus condiciones de vida. En resumen, esta transformación se entiende como las reglas y organizaciones que operan en estos territorios y definen un tipo de gobernanza existente. En este sentido, Echeverri y Ribero (2002) presentan la diversidad de actores territoriales que puede ser muy amplia y heterogénea (figura 2). Tal diversidad de actores tanto públicos como privados debe conformar redes capaces de ser visibles y participativas para la construcción de las políticas públicas.

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzi Paola Enriquez Caballero



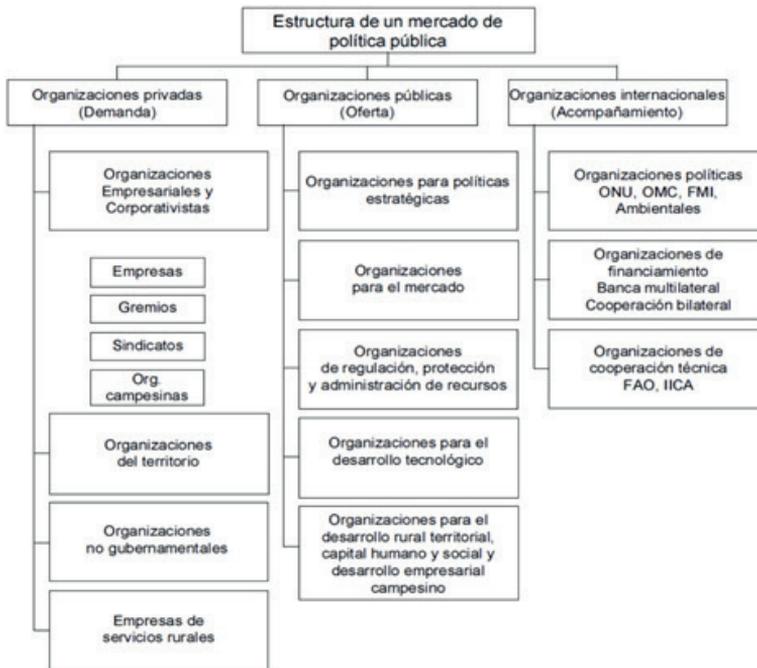


Figura 2. Actores relevantes para el desarrollo territorial
Fuente: Echeverri y Ribero (2002).

En el diagrama, se plantea que las organizaciones públicas requieren una nueva agenda pública que posibilite dar uso eficiente a los recursos técnicos, humanos y financieros aplicados, considerando la diversificación territorial y las capacidades endógenas, en un entorno donde las relaciones son cada vez más internacionales (Torres y Delgadillo, 2009).

Echeverri y Ribero (2002) proponen una estructura organizacional que busque hacer sinergias entre sus elementos y que estos tengan funciones concretas. Cabe destacar que, para el desarrollo territorial, las organizaciones deben fomentar una reasignación de activos productivos, promover el conocimiento empresarial, impulsar estrategias de generación de oportunidades para gestionar el desarrollo de manera integral.

En esta institucionalidad, se encuentran los mecanismos de regulación, es decir, acuerdos, normas, competencias, compromisos, roles, organización formal e informal, privada y pública, como elementos clave (Torres y Delgadillo, 2009). Estos mecanismos han sido designados como instrumentos para controlar a distancia a los actores en las cadenas de valor o redes de

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzi Paola Enríquez Caballero



producción, tanto de bienes tradicionales como alternativos, señalando a los actores en los eslabones finales como quienes han logrado aprovecharlas mejor (Burch y Lawrence, 2007).

Las políticas de desarrollo territorial y los productos de origen

Los actores públicos deben garantizar un marco reglamentario adecuado y desempeñar un papel fundamental en el diseño y la puesta en práctica de las políticas de desarrollo territorial, así como en el apoyo a la gestión de los productos de origen sobre el territorio. En este sentido, Belletti y Marescotti (2008) señalan que algunas funciones principales de los actores públicos son: asegurar una representación equilibrada de los del producto de origen y garantizar que los pequeños actores participen equitativamente; regular el proceso de definición del producto de origen, haciendo de intermediarios en las posibles controversias, teniendo en cuenta los objetivos generales, y alentar a otros actores para que tengan en cuenta los recursos locales específicos y el medio ambiente.

Belletti y Marescotti (2008) mencionan que las políticas de desarrollo territorial pueden ofrecer a los actores locales medios determinados para fomentar cada uno de los encadenamientos de las CGV/RGP y, al mismo tiempo, promover el desarrollo del círculo virtuoso multifuncional, siempre y cuando dichas políticas estén diseñadas en función de las necesidades identificadas con las partes locales interesadas.

El producto de origen contribuye a la construcción de la calidad en un proceso que implica varios tipos de actores. En consecuencia, las políticas de desarrollo territorial pueden participar en la regulación de tal producto. En general, la acción pública varía con la historia comercial y agrícola, las estructuras sociales del territorio en cuestión, así como con diferentes justificaciones (Barjolle, Sylvander y Thévenod-Mottet, 2011).

Siguiendo esta idea, Espinosa (2010) menciona algunos objetivos de las políticas de desarrollo territorial para los productos de origen: i) identificar las características de los productos de origen existentes y potenciales, con el propósito de desencadenar y mejorar procesos de investigación y capacitación entre los diversos actores; ii) contribuir a la creación o fortalecimiento de patrimonios en beneficio de los productores, buscando la defensa de los derechos legales y el control sobre la calidad del producto; iii) diseñar propuestas tecnológicas de producción con criterios de productos de origen

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...

Yuritzí Paola Enríquez Caballero



en los aspectos socioculturales, económicos y ambientales, con énfasis en el componente local; iv) brindar espacios donde los productores tengan la oportunidad de acceder a la información técnica, científica y jurídica actual, desarrollada por los diferentes actores vinculados con la protección del producto de origen; v) generar mecanismos para facilitar la comercialización y promoción de los productos de origen, con el fin de acceder a nuevos canales de venta y a mejores precios en el mercado internacional.

Sin embargo, el implementar una política para impulsar y fortalecer los productos de origen implica ventajas y desventajas. Por un lado, pondrían en clara delantera a los productores que intenten cubrir la calidad de sus bienes con los parámetros de productos de origen, ya que se valoraría en términos económicos y sociales con el esfuerzo entre los diversos actores. Mientras, entre las desventajas se considera la exclusión de los propios actores locales, al igual que las empresas nacionales e internacionales que imitan la marca y las propiedades de algunos productos de origen, sin importar el origen ni las cualidades de estos (Gómez-Sierra, 2004).

Una política para los productos de origen generaría alternativas dirigidas a la reivindicación de prácticas tradicionales, el conocimiento y reconocimiento del patrimonio, así como a la creación de mecanismos alternos que fortalezcan las economías rurales. “A través de los productos de origen, los productores podrían unirse para solicitar a las autoridades la defensa de sus productos y del patrimonio, con el fin de evitar que sea reemplazado por variedades más baratas y/o de mala calidad elaboradas por otros países o regiones” (Espinosa, 2010, p. 33).

Ahora bien, Barjolle, Sylvander y Thévenod-Mottet (2011) señalan que las políticas diseñadas para proteger y promover los productos de origen pueden estar justificadas por su impacto en el desarrollo territorial, es decir, al considerar su identificación como bienes públicos geográficamente restringidos, relacionados con los sistemas de producción locales, pueden asegurar productos de una calidad específica. Si identificamos los productos de origen como bienes públicos geográficamente restringidos, se reflexiona sobre los atributos de no exclusividad o no rivalidad que derivan de las modalidades peculiares de la apropiación colectiva; cabe destacar que esta apropiación se refiere a un grupo social específico (Linck, 2007).

Los actores locales también pueden contar con la sinergia de fabricación entre los productos de origen y otros tipos de actividad relacionada con el

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...

Yuritzi Paola Enriquez Caballero



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.

Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

territorio, como el turismo, el procesamiento agrícola o las ventas directas (Barjolle y Thévenod-Mottet, 2004). Las externalidades incluyen efectos en términos de imagen e identidad del productor. En esta perspectiva, es posible evaluar los diversos arreglos para generar productos de calidad específicos cuya conexión con el área es variable.

Finalmente, las políticas para la protección o promoción de los productos de origen pueden considerarse formas de conservar los recursos naturales, como las razas animales, las variedades de plantas, etc. y de mantener tanto la biodiversidad como las tradiciones y el conocimiento humano individual y colectivo, relacionado con la existencia misma de dichos recursos, los cuales se movilizan a través de arreglos sociales (Thévenod-Mottet, 2010). Considerar los productos de origen derechos de propiedad intelectual es reconocerlos como una forma de conocimiento colectivo con un valor patrimonial (Dupré, 2005).

Conclusiones

El desarrollo no se da de manera espontánea, más bien, es la consecuencia de los esfuerzos coordinados de los actores locales e instituciones públicas por trasladar la demanda en una mejora sustentable de largo plazo, en las condiciones de vida de la población, capitalizando esa riqueza patrimonial en su propio beneficio. Teniendo en cuenta que el desarrollo territorial se basa en la integración de todas las actividades localizadas, donde la agricultura es solo uno de los sectores que forman parte del proceso de desarrollo (incluso como detonante bajo un producto de origen y en el que también desempeña una función importante el medio ambiente), los productos de origen pueden representar una válida oportunidad para potenciar el desarrollo territorial y generar un círculo virtuoso multifuncional sostenible que beneficie a toda la sociedad.

En los enfoques analizados, se observa que es necesario un soporte institucional (política) posterior a la autorización de un producto de origen. Las políticas de desarrollo territorial deben promover las iniciativas locales, concretas, esto permitirá movilizar al conjunto de actores involucrados directa e indirectamente en el desarrollo; una política correctamente diseñada, eficiente y eficaz para el desarrollo de un producto de origen es capaz de lograr impactos positivos en el desenvolvimiento económico, social y sustentable del territorio.

Al mismo tiempo, hay muchas amenazas ligadas a las políticas que pueden bloquear la iniciativa privada y promover productos de origen inútiles o

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzi Paola Enriquez Caballero



ineficaces. La ayuda concedida a los productos de origen como proveedores de bienes públicos regionales requiere la combinación adecuada de las iniciativas públicas y privadas, dejando espacio para la gestión colectiva.

Finalmente, los productos de origen, por el lado económico, pueden ser una estrategia de mercado exitosa, ya que la renta generada se refleja tanto en el precio de la tierra como en los servicios o bienes públicos regionales. El primer aspecto conduce, a mediano o largo plazo, a un cambio en la estructura de la propiedad de la tierra y el capital. Ahora bien, en lo que respecta al desarrollo territorial, local, regional o rural, las políticas tienen motivos para tratar de desarrollar un estándar de productos de origen que optimice los efectos positivos sobre el empleo, la sustentabilidad y la calidad de vida de su población.

Referencias

- Alvarado, I. y López, A. (2018). Turismo, patrimonio y representaciones espaciales. México: Colección PASOS Edita, no. 22.
- Barham, E. y Sylvander, B. (eds.). (2011). Labels of origin for food: local development, global recognition. Reino Unido: Claire Parfitt and Rachel Cutts.
- Barjolle, D. (2006). GIs and PDOs: An intellectual property tool useful for rural development objectives? ALTERO6-SYAL Seminar, Baeza, España.
- Barjolle, D. y Thévenod-Mottet, E. (2004). Ancrage territorial des systèmes de production: le cas des appellations d'origine contrôlée. Industries Alimentaires et Agricoles, 6, pp. 19-27.
- Barjolle, D., Sylvander, B. y Thévenod-Mottet, E. (2011). Public Policies and Geographical Indications. En E. Barham y B. Sylvander (eds.), Labels of origin for food: local development, global recognition (pp. 92-105). Reino Unido: Claire Parfitt and Rachel Cutts.
- Barjolle, D. y Vandecandelaere, E. (2012). Identification of origin-linked products and their potential for development: a methodology for participatory inventories. Roma: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).

Belletti, G., Brunori, G., Marescotti, A. y Rossi, A. (2003). Multifunctionality and rural development: a multilevel approach. En G. Van Huylenbroeck y G. Durand (eds.), *Multifunctional Agriculture: A New Paradigm for European Agriculture and Rural Development?* (pp. 54-82). Aldershot, Reino Unido: Ashgate.

Belletti, G. y Marescotti, A. (eds.). (2008). *Geographical indications strategies and policy recommendations*. Projet SINER-GI, Toulouse.

Belletti, G., Marescotti, A., Paus, M. y Hauwuy, A. (2008). Evaluation des effets locaux des AOP-IGP: développement rural, organisations sociales et vie des territoires. En B. Sylvander, F. Casablanca, y F. Roncin (eds.), *Proceedings of the international symposium organized by INRA (Institut National de la Recherche Agronomique) and INAO (Institut Nationale de l'Origine et de la Qualité) 'Actes du Colloque International de Restitution des Travaux de Recherche sur les Indications et Appellations d'Origine Géographiques: Produits Agricoles et Alimentaires d'Origine: Enjeux et Acquis Scientifi ques, 17-18 Novembre 2005, Paris'* (pp. 214-228). París: INRA Editions.

Belletti, G. y Marescotti, A. (2011). Origin Products, Geographical Indications and Rural Development. En E. Barham y B. Sylvander (eds.), *Labels of origin for food: local development, global recognition* (pp. 75-91). Reino Unido: Claire Parfitt and Rachel Cutts.

Boisseaux, S. (2002). *Type de Produit, Type de Développement Rural: Est-il Possible d'Établir un Lien?* Barcelóna: Concerted Action DOLPHINS.

Bueno, C. y Aguilar, E. (coords.). (2005). *Las Expresiones Locales de la Globalización: México y España*. México: Ciesas, Universidad Iberoamericana, Porrúa.

Burch, D. y Lawrence, G. (eds.). (2007). *Supermarkets and Agri-food Supply Chains: Transformations in the Production and Consumption of Foods*. Reino Unido: Cheltenham.

Carámbula, M. y Ávila, L. (coords.). (2013). *Patrimonio biocultural, territorio y sociedades afroindoamericanas en movimiento*. Buenos Aires: CLACSO.

Coe, N., Hess, M., Yeung, H., Dicken, P. y Henderson, J. (2004). *Globalizing Regional Development: A Global Production Networks Perspective*.

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzí Paola Enríquez Caballero



- De la Calle, L. (2002). "Denominaciones de origen y protección económica", Estudios Agrosociales y Pesqueros, 194, España, pp. 27-48.
- Delgadillo, J. y Torres, F. (2009). Hacia una política territorial del desarrollo rural de México. *Convergencia*, 16(50), 107-131.
- Dupré, L. (2005). Heritage production: between naturalization and excessive historicity. En L. Bérard, M. Cegarra, M. Djama, S. Louafi, P. Marchenay, B. Roussel y F. Verdeaux (eds.). (2005). *Biodiversity and Local Ecological Knowledge in France* (pp. 197-204). París: INRA/CIRAD/IDDRI/IFB.
- Echavarría, J. (2016). Debates y redefiniciones del patrimonio cultural. *Ciencias Sociales y Educación*, 5(9), pp. 109-126.
- Echeverri, R. y Ribero, M. (2002). Nueva ruralidad. Visión del territorio en América Latina y el Caribe. Bogotá: IICA, CIDER, Corporación Latinoamericana Misión Rural.
- Eguillor, P. (2014). *Indicaciones geográficas: una herramienta de diferenciación*. Chile: Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA).
- Elms, D. y Low, P. (eds.). (2013). *Global value chains in a changing world*. Suiza: WTO Publications, Fung Global Institute, Nanyang Technological University (NTU), and World Trade Organization (WTO).
- Espinosa, N. (2010). Elementos para una política protectora de las Denominaciones de Origen en Colombia. *Revista Cultura Científica*, 0(8), 24-33.
- Farinós, J. (2008). Gobernanza territorial para el desarrollo sostenible: estado de la cuestión y agenda. *Boletín de la A.G.E.*, (46), 11-32.
- Fernández, R. (2018). Patrimonio e identidad (1). A modo de introducción. *Diario de Navarra*. Recuperado de [https://www.unay.edu/web/facultad-de-medicina/detalle-opinion2/18/09/28/patrimonio-e-identidad-\(1\)-a-modo-de-introduccion?articleId=19374144](https://www.unay.edu/web/facultad-de-medicina/detalle-opinion2/18/09/28/patrimonio-e-identidad-(1)-a-modo-de-introduccion?articleId=19374144)
- Flores, M. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Revista Opera*, (7), 35-54.
- Fonte, M. y Ranaboldo, C. (2007). Desarrollo rural, territorios e identidades culturales. *Perspectivas desde América Latina y la Unión Europea*.

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzi Paola Enríquez Caballero



Revista Opera, (7), 9-31.

FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). (2018). Programa Calidad&Origen. Recuperado de <http://www.fao.org/in-action/quality-and-origin-program/es/>

Gereffi, G. (1994). The Organization of Buyer-driven Global Commodity Chains: How US Retailers Shape Overseas Production Networks. En G. Gereffi y M. Korzeniewicz (eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism* (pp. 95-122). Londres: Praeger.

Gereffi, G., Korzeniewicz, M. y Korzeniewicz, R. (1994). Introduction: Global Commodities Chains. En G. Gereffi y M. Korzeniewicz (eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism* (pp. 1-14). Londres: Praeger.

Gereffi, G., Humphrey, J., Kaplinsky, R. y Sturgeon, T. (2001). Introduction: globalisation, value chains and development. *Boletín del IDS*, 32(3), 1-8.

Gereffi, G., Humphrey, J. y Sturgeon, T. (2005). The Governance of Global Value Chains. *Review of International Political Economy*, 12(1), 78-104.

Gibbon, P. y Ponte, S. (2005). *Trading Down: Africa, Value Chains and the Global Economy*. Philadelphia: Temple University Press Policy.

Giménez, G. (1994). Modernización, culturas e identidades en México. *Revista Mexicana de Sociología*, 56(4), 255-272.

Gómez-Sierra, F. (2004). Zonificación, terror y denominación de origen en el fortalecimiento de los campesinos viticultores del Valle del Sol en Boyacá. *Revista Cultura Científica*, 2(1), 14-25.

Gravari-Barbas, M. (2018). Tourism as a heritage producing machine. *Tourism Managing Perspectives*, 26, 5-8. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.12.002>

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage.

Harvey, D. (1969). *Explanation in Geography*. EE. UU.: University of Michigan.

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...

Yuritzi Paola Enriquez Caballero



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.

Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

- Henderson, J., Dicken, P., Hess, M., Coe, N. y Yeung, H. (2002). Global Production Networks and the Analysis of Economic Development. *Review of International Political Economy*, 9(3), 436-64.
- Henriksen, L., Riisgaaard, L., Ponte, S., Hartwich, F. y Kormamava, P. (2010). Agro-food value chain interventions in Asia: a review and analysis of case studies. [Documento de trabajo]. Viena: ONUDI.
- Hopkins, T. y Wallerstein, I. (1977). Patterns of Development of the Modern World-System. *Review*, 1(2), 111-145.
- Linck, T. (2007). Patrimoines sous tension. L'exclusion, condition et écueil de l'appropriation collective. *Economie appliquée*. París:
- Linck, T. (2007). Patrimoines sous tension. L'exclusion, condition et écueil de l'appropriation collective. *Economie appliquée*, 3, 177-198.
- Linck, T., Barragan, E. y Navarro, H. (2014). Hacia una economía de la patrimonialización. Las apropiaciones colectivas de lo biótico y lo cognitivo. En H. González y M. Calleja (eds.), *Dinámica territorial agroalimentaria en tiempos de globalización* (pp. 69-98). México: Universidad de Guadalajara.
- Marcos, J. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60(3), 925-956.
- Morrison, A., Pietrobelli, C. y Rabellotti, R. (2008). Global value chains and technological capabilities: a framework to study learning and innovation in developing countries. *Oxford Development Studies*, 36(1), 39-58.
- Pietrobelli, C. y Staritz, C. (2017). Cadenas globales de valor y políticas de desarrollo. *Desarrollo Económico*, 56(220), 371-391.
- Pozas, M. Á. (2012). Redes globales de producción y sistemas nacionales de innovación: las teorías de alcance medio como articuladoras de la investigación empírica. *Estudios Sociológicos de El Colegio de México*, 30(extra), 269-289.
- Raffestin, C. (1986). Ecogénese territoriale et terri-torialité. En F. Auriac y R. Brunet (eds.), *Espaces, jeux et enjeux* (pp.173-183). París: Fayard editions.
- Ranaboldo, C. y Schejtman, A. (eds.) (2009). *El valor del patrimonio cultural. Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas*. Lima: IEP, RIMISP, Territorios con Identidad Cultural.

Estrategias de desarrollo territorial: fomentando los productos de origen mediante políticas públicas ...
Yuritzi Paola Enríquez Caballero



- Riisgaard, L., Bolwig, S., Ponte, S., du Toit, A., Halberg, N. y Matose, F. (2010). Integrating Poverty and Environmental Concerns into Value-Chain Analysis: A Strategic Framework and Practical Guide. *Development Policy Review*, 28(2), 195-216.
- Schejtman, A. y Berdegué, J. (2004). *Desarrollo territorial rural*. Chile: RIMISP-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- Serrano, C. (2011). *Gobernanza para el desarrollo económico territorial en América Latina*. Chile: RIMISP-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- Sturgeon, T. (2002). Modular production networks. A new American model of industrial organization. *Industrial and Corporate Change*, 11(3), 451-96.
- Thévenod-Mottet, E. (2010). Indications and biodiversity. En S. Lockie y D. Carpenter (eds.), *Agriculture, Biodiversity and Markets* (pp. 201-212). Londres/Washington D. C.: Earthscan.
- Thévenod-Mottet, E. y Delphine M. V. (2011). Legal Debates Surrounding Geographical Indications. En E. Barham y B. Sylvander (eds.), *Labels of origin for food: local development, global recognition* (pp.13-28). Reino Unido: Claire Parfitt and Rachel Cutts.
- Torres, F. y Delgadillo, J. (2009). Hacia una política territorial del desarrollo rural de México. *Convergencia*, 16(50), 107-131.
- Vandecandelaere, E., Arfini, A., Belletti, G. y Marescotti, A. (2010). *Linking people, places and products*. Roma: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) y SINER-GI.
- Werner, M., Bair, J. y Fernández, V. (2014). Linking Up to Development? Global Value Chains and the Making of a Post-Washington Consensus. *Development and Change*, 45(6), 1219-1247.
- Yong-Sook, L., Heo, I. y Hyungjoo, K. (2014). The role of the state as an inter-scalar mediator in globalizing liquid crystal display industry development in South Korea. *Review of International Political Economy*, 21(1), 102-129.