

Produtos DOP/IGP de origem animal em trás-os-montes, Portugal: da protecção ao mercado

Artur Cristóvão
Professor Catedrático
acristov@utad.pt

Luís Tibério
Professor Auxiliar
mtiberio@utad.pt

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD)
Departamento de Economia, Sociologia e Gestão (DESG)
Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (CETRAD)
Av. Almeida Lucena, 1, 5000 Vila Real, Portugal

RESUMO

O artigo avalia o desempenho no mercado dos produtos DOP/IGP de origem animal na região de Trás-os-Montes, recorrendo à análise cruzada das variáveis “sucesso observado” e “sucesso calculado”. O “sucesso observado” é estimado pela verificação conjunta de pelo menos três dos seguintes indicadores: 1) produção anual e importância económica crescente; 2) taxas de crescimento superiores às do mercado de referência; 3) notoriedade do nome do produto específico; e 4) preço superior ao do produto standard. O “sucesso calculado” determina-se cruzando as variáveis 1) rapidez na adesão ao processo por parte dos actores; 2) capacidade de coordenação e cooperação dos operadores na gestão colectiva da fileira; 3) especificidade do produto; e 4) relevância do mercado.

Os resultados revelam a existência de correlação positiva entre as variáveis referidas. Em geral, a “sucesso calculado” elevado corresponde “sucesso observado” também elevado. Contudo, assumem especial interesse os produtos em que tal correlação não é tão marcada, em particular os casos em que o score da primeira variável é muito superior ao da segunda. Trata-se de situações em que bons ou aceitáveis níveis de organização, dinamismo, capacidade de gestão e de coordenação das Entidades Gestoras não se reflectem em volumes e taxas de crescimento da produção elevados, melhoria de preços e distribuição do valor acrescentado pelos diferentes intervenientes da fileira dos produtos.

ABSTRACT

The article evaluates the performance of PDO/PGI animal-based products in the region of Trás-os-Montes, northern Portugal, using a cross analysis of the variables “observed success” and “measured success”. The “observed success” was estimated by the simultaneous verification of at least three of the following indicators: 1) annual production and growing economic importance; 2) growth rates higher than those of the reference market; 3) notoriety of the name of the specific product; and 4) price higher than the one for the standard product. The “measured success” was determined by crossing the variables 1) rapid actor involvement in the process; 2) actor coordination and cooperation capacity in collective chain management; 3) product specificity; and 4) market relevance.

The results show a positive correlation between the two mentioned variables. In general, to a high “measured success” corresponds a high “observed success”. However, those products in which such correlation is not so high, particularly those with a higher score of the first variable, assume a special interest. These products, in general, correspond to situations in which with good or acceptable levels of organization, better dynamics, management and coordination capacity of the management bodies, do not reflect in production and high growth rates, price improvements, and distribution of the added value among the different chain actors.

Palavras-chave:

Produtos típicos, Denominação de Origem Protegida, Indicação Geográfica Protegida, protecção.

Keywords:

Typical products, Protected Designation of Origin, Protected Geographical Indication, protection.

1. Introdução

A União Europeia publicou, em 1992, legislação¹ relativa à protecção do nome de

1 Regulamento (CEE) nº 2081/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e géneros alimentícios (Jornal Oficial, L de 24/07/92). Alterado pelo Regulamento (CE) nº 510/2006 do Conselho, de 20 de Março de 2006 (JOUE N° L 93/12, 31/3/2006).

Regulamento (CEE) nº 2082/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo aos certificados de especificidade dos produtos agrícolas e géneros alimentícios (JOCE

produtos que, pela sua origem geográfica e sistemas de produção, possuem características qualitativas particulares. Para que um produto possa ser reconhecido como Denominação de Origem Protegida (DOP)², Indicação Geográfica Protegida (IGP)³ ou Especialidade Tradicional Garantida (ETG)⁴ é indispensável que um Agrupamento de Produtores formalize o processo de candidatura, solicite o registo, proponha um Organismo de Controlo e Certificação e se responsabilize pela gestão da respectiva protecção.

A dinamização das protecções e a colocação no mercado de produtos com nome protegido exigem a activação de mecanismos de negociação por parte dos actores envolvidos na gestão dos respectivos produtos. Quer o despoletar do processo, quer o bom funcionamento e desenvolvimento das protecções exigem recursos humanos e capacidade de coordenação por parte das Entidades Gestoras. O sucesso destas iniciativas de carácter colectivo, envolvendo um conjunto de actores com interesses divergentes e por vezes antagónicos, depende da filosofia de funcionamento das organizações envolvidas, do seu dinamismo e da sua capacidade de coordenação e cooperação.

N.ºL 208/2, 24/07/92). Alterado pelo Regulamento (CE) n° 509/2006 do Conselho, de 20 de Março de 2006 (JOUE N° L 093, 31/3/2006).

2 Entende-se por Denominação de Origem, o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um género alimentício originário dessa região, desse local determinado ou desse país e cuja qualidade ou características se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico, incluindo factores naturais e humanos, e cuja produção, transformação e elaboração ocorrem na área geográfica delimitada (JOCE, N.º208/92, 24/07/92).

3 Entende-se por Indicação Geográfica o nome de uma região, de um local determinado, ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um género alimentício originário dessa região, desse local determinado ou desse país e cuja reputação, determinada qualidade ou outra característica podem ser atribuídas a essa origem geográfica e cuja produção e/ou transformação e/ou elaboração ocorrem na área geográfica delimitada (JOCE, N.º208/92, 24/07/92).

4 Por certificado de especificidade entende-se o reconhecimento da especificidade pela Comunidade mediante registo, segundo o disposto no Regulamento (CEE) 2082/92 (JO n.º 208/10, 24/07/92). O reconhecimento da especificidade de um produto ou de um género alimentício e o conseqüente reconhecimento do certificado de especificidade implica que seja produzido a partir de matérias-primas tradicionais, ou que tenha uma composição tradicional ou um modo de produção e/ou de transformação que dependa do tipo de produção e/ou de transformação tradicional (JO N.ºL 208/10, 24/07/92).

2. Enquadramento teórico

Os factores que influenciam o funcionamento das fileiras de Produtos de Qualidade Superior (PQS) ou Específica, categoria que abrange as fileiras dos produtos DOP/IGP, são agrupados por Barjolle et al. (1998), Sylvander et al. (1998), Barjolle et al. (1999) e Barjolle e Sylvander (1999), em dois grandes grupos: 1) factores relacionados com a oferta e a procura do produto; e 2) factores relacionados com a organização interna das fileiras. No primeiro conjunto de factores, inclui-se a especificidade do produto e a relevância ou pertinência do mercado (Barjolle e Sylvander, 1999: 8). Os factores inerentes à organização interna estão relacionados com “a capacidade e dinâmica dos actores em gerir de forma colectiva a fileira do produto”, a qual pode ser avaliada tendo em consideração quatro aspectos (Barjolle e Sylvander, 1999: 10):

1) O conjunto de operadores aderentes à fileira específica face ao universo de agentes económicos do sector, e suas motivações perante a necessidade de diferenciação e protecção do produto, traduzidas pela existência de uma organização dinâmica, capaz de desenvolver o processo e suscitar a adesão dos diferentes operadores da fileira ao código de práticas e aos processos de controlo;

2) A coordenação e cooperação entre operadores tendo em vista a gestão do produto, traduzidas na facilidade de apropriação de um processo colectivo por parte de cada operador e relacionada, por um lado, com a capacidade de cada operador adaptar a sua estratégia individual à estratégia colectiva e às exigências do processo (respeito pelo código de práticas, adaptação dos processo de produção, aceitação do processo de controlo e pagamento da certificação de conformidade) e, por outro lado, com a capacidade dos operadores para evidenciarem a potencial diferenciação do produto (vencer a tendência para a uniformização e a utilização abusiva do nome);

3) A coordenação e cooperação entre operadores tendo em vista a gestão do mercado, que impõe aos diferentes actores a necessidade de coordenação e cooperação em aspectos essenciais, como sejam:

- a gestão da qualidade da matéria-prima, segundo o produto final desejado;
- a definição e diferenciação do produto, de acordo com um segmento de mercado pertinente;
- o preço da matéria-prima, de acordo com a qualidade final do produto;
- a promoção e gestão do nome do produto;
- a gestão da evolução da produção;
- a formação e investigação e desenvolvimento experimental;

4) A pertinência e eficácia dos instrumentos financeiros de apoio: os produtos típicos com nome protegido têm beneficiado de um vasto leque de instrumentos financeiros de apoio, embora nem todas as organizações responsáveis pela sua gestão tenham tido a capacidade de a eles recorrer. A disponibilidade de apoio financeiro ao investimento condiciona o desenvolvimento das fileiras destes produtos.

O sucesso das fileiras dos Produtos de Qualidade Superior (PQS), é também avaliado pela observação simultânea de quatro factores-chave: i) necessidade de demarcação ou diferenciação do produto considerado, em relação a produtos similares do sector em que se integra; ii) especificidade do produto; iii) pertinência do mercado; e iv) rentabilidade para um conjunto de actores coordenados. Tais factores são descritos por Sylvander et al. (1998: 1) da seguinte forma:

Necessidade de diferenciação: As fileiras dos PQS que funcionam melhor são as que se desenvolvem em oposição à oferta de produtos standard, industrializados, banalizados ou em crise, nos quais os consumidores não depositam confiança;

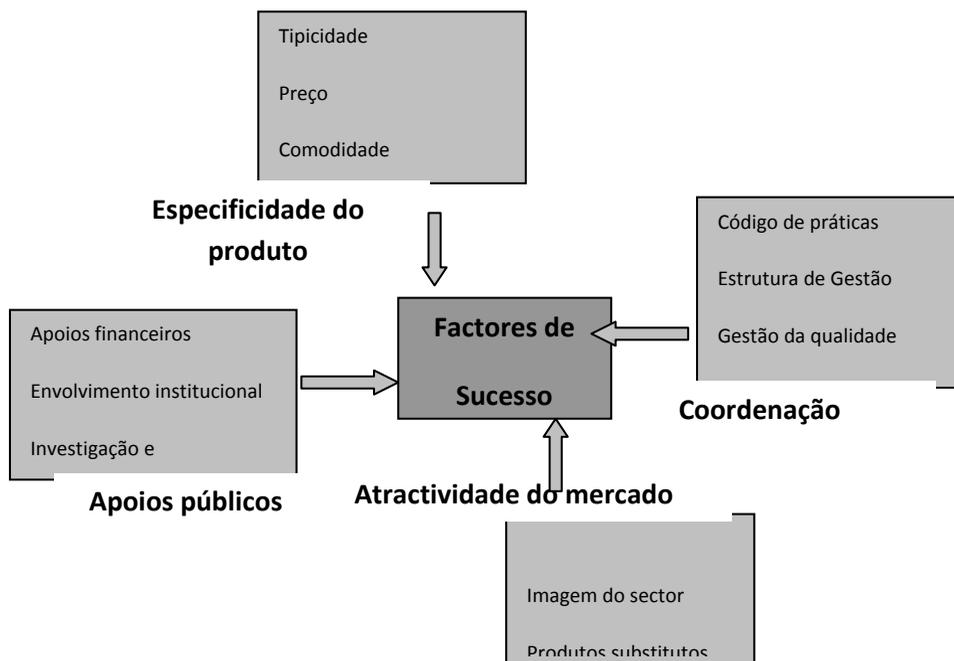
Especificidade do produto: O sucesso das fileiras dos produtos de qualidade depende da facilidade em evidenciar a especificidade do produto, a qual é avaliada pela existência de características mensuráveis, diferentes das do produto standard e percebidas pelo consumidor;

Pertinência do mercado: A oferta de um PQS deve encontrar-se com a procura num mercado pertinente, bem definido e atractivo. A verificação desta condição pressupõe uma boa percepção da especificidade por parte dos agentes económicos, a predisposição dos consumidores para pagar um preço mais elevado e a escolha de um canal de distribuição adaptado ao volume de produção e ao segmento de mercado;

Rentabilidade para o conjunto de actores coordenados: o funcionamento da fileira de um PQS deve ser rentável para o conjunto de actores que nela operam. A organização responsável pela gestão administrativa e comercial da fileira deve procurar ser neutra e equilibrar poderes e interesses, de forma a garantir uma repartição equilibrada do valor acrescentado, resultante da valorização final do produto. Uma boa coordenação dos actores é indispensável para o sucesso.

Os principais factores de sucesso das fileiras dos Produtos de Qualidade Superior são agrupados por Barjolle et al. (1999: 15) como mostra a Figura 1.

Figura 1. Factores de sucesso das fileiras dos produtos de qualidade superior



3. Metodologia

De forma a avaliar o funcionamento, o desenvolvimento e o desempenho das DOP/IGP em Trás-os-Montes, Norte de Portugal, socorremo-nos da metodologia proposta por Barjolle e Sylvander (1999: 13). Como anteriormente referimos, estes autores fazem referência a dois tipos de indicadores compostos, que designam de “sucesso observado” e “sucesso calculado”.

O “sucesso observado” é estimado pela verificação conjunta de pelo menos três dos seguintes indicadores (Barjolle e Sylvander, 1999: 13): 1) produção anual e importância económica crescente; 2) taxas de crescimento superiores às do mercado de referência; 3) notoriedade da marca colectiva do produto específico; 4) preço superior ao do produto standard. Os indicadores assinalados estão relacionados com o mercado do produto.

O “sucesso calculado” é avaliado recorrendo à análise cruzada das variáveis:

- **Rapidez na adesão ao processo por parte dos actores**, a qual reflecte a motivação dos diferentes actores na construção do sistema de diferenciação dos produtos e na animação da denominação;
- **Coordenação e cooperação**, que evidencia a capacidade dos operadores em levar a cabo, com eficiência, a gestão colectiva do produto;
- **Especificidade do produto**⁵, que traduz a diferença objectiva entre o produto específico e o produto standard ou seus substitutos;
- **Relevância do mercado**, que reflecte a atractividade do mercado, intensidade da procura e a dinâmica ou eficiência dos canais de distribuição.

As duas primeiras variáveis estão relacionadas com a organização interna das fileiras. As duas últimas têm a ver com a oferta e a procura dos produtos. Na avaliação dos variáveis referidas, foram ainda considerados aspectos relacionados com: i) a génese, a natureza e os recursos (humanos e financeiros) das Entidades Gestoras; ii) a génese das protecções e as estratégias de implementação; iii) o grau de envolvimento das organizações na gestão administrativa e no processo comercial; iv) a natureza do produto e o intervalo de tempo decorrido entre o reconhecimento formal e a sua presença regular no mercado. A realização de entrevistas aos operadores das fileiras, a observação e a análise de documentação diversa relacionada ajudaram a pontuar as diferentes variáveis.

4. Apresentação dos resultados

Sucesso observado

O Quadro 1 sintetiza os resultados da avaliação do “sucesso observado” dos produtos DOP/IGP de origem animal em Trás-os-Montes⁶, seguindo a metodologia proposta por Barjolle e Sylvander (1999: 13), anteriormente apresentada.

5 Avaliada recorrendo ao Modelo CQFD (Sylvander, 1992; Sylvander, 1994; e Sylvander e Lassaut, 1994).

6 Região localizada no extremo Nordeste de Portugal

Quadro 1 – “Sucesso observado” dos produtos DOP/IGP de TM

Produtos	Sucesso observado				
	Volume de produção (a)	Taxa de crescimento	Notoriedade do nome	Diferença de Preço (b)	Pontuação
Carne Barrosã	2	2	2	2	3
Carne Maronesa	1	1	2	2	2
Carne Mirandesa	2	2	2	2	3
C. de vitelo cruzado dos Lameiros do Barroso	1	2	1	2	2
Presunto de Barroso	1	1	2	1	1
Linguiça de Vinhais	1	2	2	2	3
Salpicão de Vinhais	1	2	2	2	3
Alheira de Mirandela	2	2	2	1	3
Cabrito Transmontano	1	1	1	1	1
Cabrito de Barroso	2	2	1	2	3
Borrego Terrincho	1	1	1	1	1
Cordeiro Bragançano	1	1	1	1	1
Queijo Terrincho	1	2	1	2	2
Queijo de Cabra Transmontano	1	2	1	2	2
Mel do Parque de Montesinho	2	2	1	1	2
Mel da Terra Quente	1	1	1	1	1
Mel do Barroso	1	1	1	1	1

Fonte: *Elaboração própria.*

a) *Relativamente à produção potencial.*

b) *Em relação ao produto comercializado sem qualificação pelo produtor ou produzido em unidades de transformação do mesmo tipo.*

Nota: A presença da variável é assinalada com 2 e a ausência com 1. A pontuação máxima (3) é atribuída ao produto que registar pelo menos a presença de três variáveis.

Dos resultados obtidos podem retirar-se as seguintes conclusões:

- Com pontuação máxima (3 pontos): Carne Barrosã, Carne Mirandesa, Linguiça e Salpicão de Vinhais, Alheira de Mirandela e Cabrito de Barroso;

- Com pontuação 2: Carne Maronesa, Carne de Vitelo Cruzado dos Lameiros de Barroso, Queijo Terrincho, Queijo de Cabra Transmontano e Mel do Parque de Montesinho;

- Com pontuação 1: Presunto de Barroso, Cabrito Transmontano, Borrego Terrincho, Cordeiro Bragançano, Mel da Terra Quente e Mel do Barroso.

- Dos produtos que revelam maiores índices de “sucesso observado”, a Carne Barrosã e a Carne Mirandesa, são os únicos que registam a presença das quatro variáveis consideradas na análise;

- A Linguiça e o Salpicão de Vinhais registam baixos volumes de produção;

- A Alheira de Mirandela revela dificuldade em diferenciar-se pelo preço face a produtos similares comercializados sem nome protegido, enquanto que o cabrito de Barroso é penalizado pela baixa notoriedade do seu nome;

- A Carne Maronesa e a Carne de Vitelo Cruzado dos Lameiros de Barroso, o Mel do Parque de Montesinho, o Queijo Terrincho e o Queijo de Cabra Transmontano, com pontuação 2, ocupam uma posição central. As carnes são penalizadas pelos baixos volumes de produção face ao seu potencial. O Mel do Parque de Montesinho está condicionado pela sua baixa notoriedade e pela prática de preços indiferenciados, relativamente ao produto comercializado sem nome protegido. Os queijos registam baixos volumes de produção e fraca notoriedade do nome;

- Seis produtos registam índices de “sucesso observado” mínimos (iguais a 1): Presunto de Barroso, Cabrito Transmontano, Borrego Terrincho, Cordeiro Bragançano, Mel da Terra Quente e Mel do Barroso. Estes produtos revelam muito baixa ou nula produção face ao seu potencial, taxas de crescimento do mercado nulas ou inferiores ao mercado de referência, baixa notoriedade do seu nome e dificuldade em conseguir valorizar o produto pela prática de preços superiores em relação a produtos concorrentes (produto standard ou produto similar comercializado sem nome protegido).

Sucesso calculado

Na análise do “sucesso calculado” procedeu-se à análise cruzada de factores relacionados com a oferta e a procura dos produtos e com a organização interna das fileiras, tal como proposto por Barjolle e Sylvander (1999). O primeiro conjunto de factores inclui a “especificidade do produto” e a “relevância do mercado”. O segundo “a motivação dos operadores” e “a coordenação e cooperação”. O Quadro 2 sintetiza os resultados obtidos⁷.

⁷ A informação de suporte à construção deste quadro encontra-se em Anexo (Quadros 1 a 5).

Quadro 2 – “Sucesso calculado” dos produtos DOP/IGP de TM

Produtos					
	Factores de mercado		Factores organizativos		
	dade		ção	ção	
Carne Barrosã	2	2	2	2	4
Carne Maronesa	2	2	1	1	1
Carne Mirandesa	2	2	2	2	4
C. de vitelo cruz. dos Lameiros do Barroso	2	2	2	2	4
Presunto de Barroso	2	1	1	1	0,5
Linguiça de Vinhais	2	2	2	1	2
Salpicão de Vinhais	2	2	2	1	2
Alheira de Mirandela	2	2	1	1	2
Cabrito Transmontano	1	2	2	1	0,5
Cabrito de Barroso	1	2	1	2	2
Borrego Terrincho	1	1	1	1	0,25
Cordeiro Bragançano	1	1	1	1	0,25
Queijo Terrincho	2	2	1	2	2
Queijo de Cabra Transmontano	2	2	1	1	1
Mel do Parque de Montesinho	2	2	2	2	4
Mel da Terra Quente	1	1	1	1	0,25
Mel do Barroso	2	1	1	1	0,5

Fonte: *Elaboração própria.*

Da leitura do Quadro 2 retiramos as seguintes conclusões:

- Com pontuação máxima (4 pontos): Carne Barrosã, Carne Mirandesa, Carne de Vitelo Cruzado dos Lameiros de Barroso e Mel do Parque de Montesinho;
- Com pontuação 2: Linguiça e Salpicão de Vinhais, Alheira de Mirandela, Cabrito de Barroso e Queijo Terrincho;
- Com pontuação 1: Carne Maronesa e Queijo de Cabra Transmontano;
- Com pontuação 0,5: Presunto de Barroso, Cabrito Transmontano e Mel de Barroso;
- Com pontuação 0,25: Borrego Terrincho, Cordeiro Bragançano e Mel da Terra

Quente;

- As Carnes Barrosã, Mirandesa, dos Lameiros de Barroso e o Mel do Parque de Montesinho registam os maiores níveis de “sucesso calculado”. A pontuação máxima obtida deve-se a Entidades Gestoras dinâmicas, com intervenção ao nível da gestão do produto e do seu mercado e com capacidade para evidenciar a sua especificidade;

-- No plano oposto, com uma pontuação muito baixa (0,25), encontram-se o Borrego Terrincho, o Cordeiro Bragançano e o Mel da Terra Quente. A natureza do produto e do seu mercado de referência e a ausência de motivação e cooperação por parte dos operadores explica a situação observada. As carnes de borrego estão inseridas em mercados atractivos e, como tal, são facilmente comercializados, não tendo necessidade de evidenciar a sua especificidade através da qualificação, dificultando, assim, o papel das organizações na dinamização das respectivas protecções;

- Os produtos do fumeiro, o Cabrito de Barroso e o Queijo Terrincho, registam um nível de “sucesso calculado” igual a 2. Os factores limitantes ao desenvolvimento destes últimos estão relacionados com a falta de motivação das unidades de transformação em aderir ao processo, avaliada pela necessidade sentida de diferenciação do produto, e com as dificuldades de coordenação por parte da Entidade Gestora (rapidez na entrada em funcionamento do processo e gestão administrativa da protecção).

Desempenho dos produtos no mercado

A Figura 2 evidencia o desempenho dos produtos estudados. A análise cruzada dos índices de “sucesso calculado” e “sucesso observado”, revela a existência de correlação positiva entre ambos os indicadores. Assim, em geral, a “sucesso calculado” elevado (organização, dinamismo), corresponde “sucesso observado” (produções, evolução do mercado e preços), também elevado.

SUCESSO CALCULADO (factores de mercado x factores organizativos)

		4	2	1	0,5	0,25
SUCESSO OBSERVADO (factores de mercado)	3	Carne Barrosã Carne Mirandesa	Alheira de Mirandela Cabrito de Barroso Linguiça de Vinhais Salpicão de Vinhais C			
	2	Mel do P. de Montesinho Carne Lam. Barroso A	Queijo Terrincho B	Queijo de Cabra Transmontano		
	1				Cabrito Transmontano Carne Maronesa Mel do Barroso Presunto de Barroso	Borrego Terrincho Cordeiro Bragançano Mel da Terra Quente

Figura 2. Desempenhos dos produtos DOP/IGP

Na análise da matriz (Figura 2) devem ser destacados os casos em que a índices de “sucesso calculado” elevados não correspondem índices de “sucesso observado” também elevados, isto é, situações em que o primeiro é muito superior ao segundo (Secção A da Matriz) ou igual (Secção B da Matriz). Trata-se de situações em que os bons ou aceitáveis níveis de organização registados pelas fileiras e o dinamismo e capacidade de gestão e de coordenação reveladas pelas Entidades Gestoras não se traduzem em volumes de produção e taxas de crescimento elevados, melhoria de preços e distribuição do valor acrescentado pelos diferentes intervenientes da fileira dos produtos.

No plano oposto, pode-se adiantar que para determinado tipo de produtos (Secção C da Matriz), basta uma pequena melhoria na organização e um pouco mais de dinamismo por parte das organizações responsáveis, para que aqueles se afirmem no mercado.

O Queijo de Cabra Transmontano, situado numa posição central, separa o grupo de produtos situados no canto superior esquerdo (melhor desempenho) do grupo de produtos posicionados no canto inferior direito (pior desempenho). Apenas quatro produtos, Carnes Barrosã, Mirandesa, Mel do Parque de Montesinho e Carne dos Lameiros de Barroso registam níveis de “sucesso calculado” superiores aos níveis de “sucesso observado”. Tal facto é sinónimo de bons níveis de organização e coordenação.

Os desempenhos dos produtos situados na parte inferior direita da matriz são, em geral, mais penalizados pela fraca organização das respectivas fileiras do que por factores relacionados com o seu mercado.

Em síntese, pode afirmar-se que o desenvolvimento das fileiras dos produtos DOP/IGP do sector animal em Trás-os-Montes apresentam ainda grande margem de progressão, como se constata pela comparação entre os actuais e potenciais volumes de produção (Quadro 2, Anexo 1). Apesar da fraca presença no mercado, estes produtos não revelam grandes dificuldades de natureza estrutural, atendendo a que, na maioria dos casos, o seu desenvolvimento está mais dependente da sua própria posição competitiva ou de variáveis explicativas do “sucesso calculado”, essencialmente relacionadas com aspectos de organização interna da fileira, do que da atractividade dos mercados de referência, ou seja, de variáveis interpretativas do “sucesso observado”.

Os produtos que registam piores níveis de desempenho (Cabrito Transmontano, Carne Maronesa, Mel do Barroso, Presunto de Barroso, Borrego Terrincho e Cordeiro Bragançano), registam também níveis de “sucesso calculado” (organização) inferiores a os níveis de “sucesso observado” (mercado), pelo que o seu desenvolvimento está mais dependente do seu ambiente interno, mais facilmente controlável, do que do ambiente externo.

5. Conclusões

As fileiras de produtos do sector animal com nome protegido em Trás-os-Montes, Norte de Portugal, registam estádios de desenvolvimento e formas de funcionamento diversificados, caracterizados por maiores ou menores graus de envolvimento das Entidades Gestoras na gestão administrativa e comercial dos produtos.

Do ponto de vista da organização interna, a observação e análise do funcionamento das diversas protecções permitiu-nos identificar um conjunto de factores responsáveis pelo seu estágio de desenvolvimento, que podemos agrupar em quatro grandes grupos: 1) génese da protecção e forma de funcionamento implementada ao nível da fileira; 2) natureza do produto e das Entidades Gestoras; 3) coordenação e

cooperação entre os Agrupamentos de Produtores e os restantes operadores da fileira; 4) capacidade das Entidades Gestoras em se dotar de recursos humanos e financeiros adequados e de os utilizar com eficácia.

Em geral, a solicitação das protecções não resultou de uma necessidade sentida pelos produtores, tão pouco foi tida em conta a sua participação, bem como dos restantes operadores das fileiras. A dinâmica das protecções está mais dependente da natureza dos produtos (em natureza ou transformado, necessidade de diferenciação e investimentos exigidos) e da génese das protecções do que da natureza das Entidades Gestoras. A dinâmica e a motivação destas revela-se, contudo, determinante no despoletar dos processos e na sua animação. Os recursos humanos e financeiros não são o principal factor explicativo da fraca actividade das Entidades Gestoras na dinamização das protecções, embora algumas delas revelem baixa utilização dos programas de apoio disponíveis.

As Entidades Gestoras adoptam posturas diferenciadas relativamente à gestão dos produtos, desde o envolvimento comercial nulo (caso do fumeiro), passando pela partilha de responsabilidades comerciais (queijos), até à exclusividade na comercialização (carnes frescas e mel).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Berard L, Y P. Marchena (2007), *Produits de terroir. Comprendre et Agir*, Ed. Centre National de Recherche Scientifique, 61 p.

Boisseax, S. J-P Leresche (2002). *Dynamiques Régionales et Globalisation : le cas de la Politique des AOC-IGP en Suisse*, 22p.

Bustos R., Oustry L., Haag M.I., 2004, *Producción de valores territoriales: entre cultura y mercado. Habilidades y saberes locales como estrategias ante la crisis*. En Albaladejo C Y Bustos R., (compiladores) *Desarrollo local y nuevas ruralidades en Argentina*, co-Edición UNS – INRA SAD y *Dynamiques Rurales*, p 125 a 145

Bruckmeier K, Tovey H, *Dinámicas del conocimiento, identidad territorial y desarrollo rural sustentable en la Unión Europea*, OPERA N° 7, p 85 a 106

Casabianca F., Letablier M-T., 1996, *Normalisation et Gestion du vivant*, In AIP Construction Sociale de la Qualité – Rapport Final : *La qualité dans l’Agroalimentaire : Emergence d’un champ de recherche*, INRA, p 20-26

Champredonde M, Bustos Cara R, Oustry L, Cacciurri H, Ercoli F, López Castro N, Haag M I, Brandán M A, Tourrette E, Montalbán L, 2007, *Culturas migratorias y valores territoriales localizados en la ruralidad y el desarrollo del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires. Procesos de patrimonialización de platos típicos mallorquines*. En V Jornadas interdisciplinarias de estudios agrarios y agroindustriales. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, 7, 8 y 9 de noviembre, 22 p

Champredonde M., 2008, *Localización, deslocalización, ¿relocalización? de la calidad de las carnes vacunas pampeanas argentina. Impacto territorial*. En Velarde I, Maggio A., Otero G., (Compiladores), 2008, *Sistemas Agroalimentarios Localizados en Argentina*, 183 p., Edición INTA, Buenos Aires, p 76 a 99

Domingo E; Zimerman M; Raiman R; Lanari Mr. 2005. *Caracterización de las canales de Chivito Criollos Neuquino. Comunicación técnica INTA Bariloche* (<http://www.inta.gov.ar/bariloche/info/indices/animal/cabراسcriollas.htm>)

García Canclini N., 2003, *Noticias recientes sobre la hibridación*, *Revista Transcultural de Música*, N° 7 ISSN:1697-0101, (www.sibetrans.com/trans/trans7/canclini.htm), 10 p

Frayssignes J., 2005, Les AOC dans le développement territorial – une analyse en termes d’ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères, Thèse de Doctorat en Etudes Rurales, mention Géographie, INP – ENSAT, 469 p. (2 volumes).

Jiménez G., 1996, Territorio y Cultura. En Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Universidad de Colima. Año/vol II, número 004, p 9-30

Muchnick, J.; Sautier, D. (1998). «Systèmes agro-alimentaires localisés et construction de territoires». Proposition d’action thématique programmée. CIRAD. Paris, France. 46p.

Muchnik J., 2006, Identidad territorial y calidad de los productos: procesos de calificación y competencias de los consumidores. Revista AGROALIMENTARIA. N° 22. Enero- Junio 2006, p 89-98.

Schiavone E., Champredonde, M, 2008, Estado actual y evoluciones posibles del marco legal Argentino concerniente a la valorización de productos con Identidad Territorial. Aportes para un proceso de mejoramiento. En iv coloquio internacional de la red sial: alfater 2008, 27 al 31 de octubre, Mar del Plata, Argentina, 33 p.

Tulet J-C, Albaladejo C., Bustos Cara R., 2001, Une pampa en Mosaïque. Des communautés locales à l’épreuve de l’Ajustement en Argentine Ed. L’Harmattan, Paris, Francia, 282 p.