



ESTUDIO

“PROGRAMA DE APOYO PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE SELLO DE CALIDAD PARA NUECES DE NOGAL CHILENAS DE EXPORTACIÓN”

INFORME FINAL

Santiago de Chile, Diciembre 2008

INDICE

INTRODUCCIÓN3
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES4
PRESENTACIÓN6
CONCEPTO Y SIGNIFICADO DE LOS SELLOS DE CALIDAD EN ALIMENTOS6
OBJETIVO7
ACTORES Y ACCIONES8
SELLO Y COMERCIALIZACIÓN, CONSIDERACIONES12
EDUCACIÓN AL COMERCIALIZADOR15
SISTEMAS DE CONTROL SOBRE LOS SELLOS DE CALIDAD16
DESARROLLO DE SELLOS DE CALIDAD. ESTUDIO DE CASOS17
EJEMPLOS MUNDIALES DE LOS DISTINTOS SELLOS DE CALIDAD EN ALIMENTOS22
REUNIONES CON EXPERTOS EN SELLOS DE CALIDAD Y ESPECIALISTAS EN TEMAS RELACIONADOS CON LA COMERCIALIZACIÓN DE NUECES31
REVISIÓN DE ASPECTOS LEGALES Y NORMATIVAS32
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA Y DIAGNÓSTICO33
PREPARACIÓN DEL PRODUCTO FINAL Y ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA34
CONCLUSIONES FINALES42
BIBLIOGRAFÍA44
ANEXOS46

INTRODUCCIÓN

Se presenta a continuación el desarrollo del Estudio IMA "Programa De Apoyo Para La Creación E Implementación De Sello De Calidad Para Nueces De Nogal Chilenas De Exportación".

En el siguiente cuadro se resume la serie de actividades que permitieron llegar a una conclusión final y que son presentadas en este informe final.

Objetivo : Determinar la factibilidad técnica y económica de implementar el sello de calidad para promoción de nueces de nogal chilena				
Actividades	Responsables	Período de Desarrollo	Indicadores de éxito	Resultados
1. Exploración de antecedentes mundiales relacionados con la temática	Consultora	Mes 1 al 2	Captura y pesquisa de información técnica	Recopilación de información validada
2. Revisión de procesos de implementación de sellos de calidad y actividades exitosas	Consultora	Mes 1 al 2	Obtención información de experiencias nacionales e internacionales	Recopilación de información validada
3. Estudio de casos	Consultora	Mes 2 al 3	Análisis y validación de casos útiles a la decisión de implementación del sellos en nueces chilenas	Listado de experiencias consolidadas nacionales e internacionales
4. Reuniones con expertos en sellos de calidad y especialistas en temas relacionados con la comercialización de nueces	Consultora	Mes 3 al 4	Reuniones realizadas	Información legitimada
5. Revisión de aspectos legales y normativas	Consultora	Mes 3 al 4	Conocer normativa asociada al proceso	Informe con requisitos legales o normativa relacionada
6. Análisis de la información recopilada y diagnóstico	Consultora	Mes 4 al 5	Información procesada	Verificar resultados de análisis
7. Preparación del producto final y elaboración de la propuesta	Consultora	Mes 5 al 6	Propuesta terminada	Decisión de la factibilidad de implementación del sello FIA/ Chile Nut

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Del cuadro anterior, se detalla cada una de las actividades realizadas que corresponde a la metodología usada en este Estudio para la determinación de la decisión final de incorporar un Sello de Calidad a las Nueces Chilenas.

1. **Exploración de antecedentes mundiales relacionados con la temática:** Se usaron herramientas de la vigilancia tecnológica y como fuentes de información, bases de datos de libre acceso y la información de Internet relacionada con la materia, concentrándose en la información de los países de la UE y USA.

2. **Revisión de procesos de implementación de sellos de calidad y actividades exitosas:** El trabajo se concentró en la búsqueda de procesos y/o productos en los cuales se han aplicado sellos de calidad, para realizar un resumen de los casos exitosos que sirviesen como ejemplo para la determinación de la implementación del sello de calidad en las nueces de nogal.

3. **Estudio de casos:** Este punto contempló un análisis exhaustivo de casos encontrados como relevantes en el punto anterior, los cuales se complementaron posteriormente con reuniones con el Comité de Palta Hass de Chile, Chilealimentos, Hortach, AOCH en Chile, quienes también han realizado acciones de implementación de los sellos de calidad en algunos casos con éxito, y otras con la experiencia del fracaso. También se indagó en experiencias internacionales como los ejemplos del International Berry Commission y el Programa Sello "Flor Verde" de Colombia.

4. **Reuniones con expertos en sellos de calidad y especialistas en temas relacionados con la comercialización de**

nueces: Primeramente se realizó un catastro de los involucrados con la temática de calidad en el país, que podían dar su punto de vista y cuya opinión podría tomarse como un referente para la futura toma de decisiones de este Estudio. Luego, se agendaron reuniones con estos especialistas de la calidad en Chile.

Posteriormente se levantó información acerca de los actores de la cadena de comercialización que eran relevantes para ser entrevistados y se les consultó para conocer su opinión de la factibilidad de implementación de un sello de calidad en la especie en cuestión. Se levantó también información acerca de la opinión de los directores de Chilenut para este mismo fin.

Paralelamente se consultó a productores de nueces, socios de Chilenut, su opinión y disposición para esta posible implementación de su sello.

Con el fin de estandarizar las respuestas a recoger, se confeccionaron 2 encuestas, (anexo I) que se enfocaron a recoger la información de informantes calificados y la otra dirigida a productores de nueces.

Todas estas acciones se realizaron con el objetivo de cruzar la información acerca de la viabilidad de aplicar el sello en el producto del estudio.

5. **Revisión de aspectos legales:** Con el fin de conocer si existía algún impedimento con relación a los aspectos legales, se dedicó tiempo en resolver este supuesto para abordar otro aspecto del diagnóstico inicial.

6. **Análisis de la información recopilada y diagnóstico:** Con toda la información recogida durante 4 meses, se realizó un análisis acucioso de los antecedentes para verificar la confiabilidad de la

información y establecer un diagnóstico preliminar que fue el punto inicial para el diseño de esta propuesta final. Para este propósito, se usaron instrumentos de análisis, a través de herramientas para la toma de decisiones.

7. Preparación del producto final y elaboración de la propuesta: Se indica el resultado de los análisis, que definieron la viabilidad de la implementación del sello de calidad en las Nueces chilenas.

PRESENTACIÓN

Frente a la imagen del nuevo consumidor existente en la actualidad, que se interesa por estar al tanto de la mayoría de los aspectos relacionados con el producto que pretende adquirir, en especial cuando se trata de un alimento, y por otro lado, si el producto cumple con todos los requisitos que este comprador necesita, y el factor precio no es factor limitante, se manifiesta el interés de crear un distintivo para que se reconozcan los atributos de este producto especial.

Este distintivo puede llamarse sello de calidad y en el caso de la industria de las nueces chilenas surge la inquietud de plasmar este logo y ante la incertidumbre que esto genera, se planteó la realización de un estudio diagnóstico para este nicho.

El resultado final de este estudio indicará la pertinencia de implementar un sello de calidad para la industria de las nueces a nivel nacional. Se presenta primeramente, un diagnóstico de las definiciones, sistemas, actores involucrados y ejemplos existentes, todas consideraciones para la tesis final planteada.

1. CONCEPTO Y SIGNIFICADO DE LOS SELLOS DE CALIDAD EN ALIMENTOS

Los sellos de calidad en alimentos corresponden a un distintivo que acompaña a las etiquetas de los envases como un símbolo, marca o logo y es el resultado de una condición que distingue al producto en base a una determinada cualidad que lo diferencia de su competencia, y que debió cumplir una serie de requisitos para su obtención. Paralelamente es una señal para el comprador que le indica que la categoría de calidad que recibió ese producto diferenciado, fue verificada y está garantizada.

Esta característica diferenciadora, parte de la base que el producto que recibe el sello de calidad mantiene su condición de inocuidad básica en función de la autorización otorgada por los organismos sanitarios de cada país.

Por otro lado, la garantía de calidad asignada a través del sello, es parte de un sistema voluntario de control que funciona por medio de una entidad independiente de la empresa, un organismo certificador, que verifica y controla que el producto responda a los atributos de diferenciación que enseña.

Hacia los consumidores, los sellos de calidad representan una herramienta de conocimiento sobre el origen del producto y su modo de fabricación como respuesta a varias inseguridades de este tipo y por ese lado, son un elemento de seguridad para ellos.

También a través de este tipo de sellos, los consumidores valoran otros aspectos relacionados a la imagen de los productos, como la necesidad de resguardar las tradiciones tanto en el ámbito productivo como culinario, la de proteger lo natural de los productos alimenticios y la de elogiar un tipo de agricultura que respeta el medio ambiente.

Otro de los conceptos a considerar en torno a los sellos de calidad, tienen relación con la ventaja en las transacciones comerciales que significan para los oferentes del producto, puesto que generalmente este distintivo de calidad permite cobrar un precio superior al de los productos estándar, esto en determinados mercados donde existen consumidores informados e instruidos de los atributos que diferencian al producto en cuestión.

Por otro lado, la aplicación de un sello de calidad requiere de una intensa labor de promoción y difusión, tanto entre productores como consumidores. Es común que los propios productores no siempre son conscientes del potencial diferenciador de sus productos. Desde otro aspecto, es necesario informar a la población sobre la valoración de un sello, concepto poco conocido y muchas veces confuso.

2. OBJETIVO

Estudiar las posibilidades de implementar un sello de calidad en las nueces de Chile frente a la base que sea posible encontrar características diferenciadoras en el producto o procesos de producción o agregación de valor, que la distinga de su competencia y que esta particularidad se pueda garantizar en forma permanente. La finalidad de esta iniciativa, se orienta a que este sello se transforme en un instrumento que otorgue una ventaja en su comercialización, por ejemplo una permanencia en el mercado, o un

mayor precio o, por otro lado, también sirve para estar mejor preparados antes eventuales bajas de precios futuras.

Para esto, en este documento, se presentan antecedentes para señalar los requerimientos de:

- la institucionalidad requerida,
 - los actores involucrados
 - y ejemplos prácticos de sellos de calidad ya implementados,
- que sirvan como una guía y permitan definir si es posible avanzar en hacer realidad el uso de esta herramienta de comercialización, en la industria de las nueces de Chile.

3. ACTORES INVOLUCRADOS EN UN SELLO DE CALIDAD Y ACCIONES NECESARIAS PARA UNA FUTURA IMPLEMENTACIÓN

Una vez descrito el concepto de sello de calidad, es preciso definir a los actores involucrados en este procedimiento, así como las acciones que definen los trámites necesarios para su implementación y funcionamiento, en base a los organismos participantes y la institucionalidad requerida.



COMERCIALIZADOR

DISTRIBUIDOR
DEL PRODUCTO
CON SELLO "x"

Se describe a continuación, los participantes en este proceso, para ser considerados en una futura implementación de un Sello de Calidad para las nueces chilenas.

Consumidores

En el diagrama anterior, en primer lugar aparece el **consumidor**, informado, conciente de la decisión de su compra, conocedor del origen del producto que desea adquirir, selectivo, y dispuesto a pagar por un producto que garantice lo que él busca y le otorgue seguridad de su adquisición. Estos consumidores no necesariamente corresponden al consumidor final, representan a quienes va dirigido el sello, pudiendo diferenciarse en consumidores mayorista o minoristas.

El consumidor mayorista adquiere el producto, como se indicó, conciente de que esta compra favorecerá su intermediación, ofreciendo un producto de calidad certificada con un origen y cualidades específicas, a un comprador más exigente que en este caso se transforma en el futuro distribuidor del producto. Esta distribución será a grandes cadenas de supermercados o tiendas de especialidades.

Por otra lado, se encuentra el consumidor minorista quien es finalmente quien adquiere el producto y que gracias a este elemento diferenciador, determina su compra.



Productores o procesadores

Paralelo al conjunto de consumidores, en algún lugar se encuentra un grupo inquieto, que desea distinguir su producto gracias a cierta particularidad que éste posee. Este grupo en el caso de un producto alimenticio puede señalarse como **productores del bien o**

procesadores. Alguno de estos dos grupos, dependiendo del tipo de producto, son los encargados de sacar el sello adelante.

Empieza entonces la creación del propio sello. Esto es un proceso largo de intercambios, negociaciones, propuestas y decisiones entre el grupo de los proponentes que justifica su decisión de crear este sello y donde pesará mucho la opinión de los consumidores.

Dependiendo de la orientación que se dará al sello son los elementos que se deben analizar.

En primer lugar, de acuerdo al producto se analizan las características peculiares que éste presenta y que es motivo de la discusión. Estas características se transformarán en un pliego de condiciones que deben ser común a todos los integrantes del proceso en cuestión y será su nueva carta de navegación. Con la formalidad establecida, evolucionará a la llamada "norma para el producto".

Las acciones propuestas generarán un gran compromiso entre el grupo de productores, puesto que deben cumplir con una responsabilidad predeterminada en conjunto y que es indispensable cumplir para seguir con lo propuesto.



Diseñador

Así, se deben establecer las bases para el diseño de un Sello de Calidad, donde la participación de un **diseñador** es crucial. A este profesional se entrega la idea, el tamaño pensado y el marco de referencia de frases adecuadas donde se permite dar espacio a la creatividad de un diseño que relacione el producto a su característica de calidad que será destacada con este nuevo sello.

Una vez diseñado el sello debe ser validado por toda la cadena comercial, es decir testeado hasta el nivel de consumidor final para verificar que cumple el objetivo para el cual fue creado.

Generalmente en esta etapa, el sello propuesto inicialmente sufre cambios a partir de la experiencia con los consumidores. Como parte de la experiencia, también ha sucedido que por no hacer la validación con los consumidores, han existido resultados adversos que literalmente han liquidado el sello o ha significado al menos pérdida de credibilidad de éste.

Con la creación, de este nuevo sello, comienza por un lado una etapa de promoción del producto y de su sello. Por otra parte, empieza el proceso de dar confiabilidad a lo esperado por el consumidor, quien desea adquirir un producto con características específicas que le satisfagan por completo. Entrará un nuevo actor y una nueva tramitación a este proceso.



Certificadores y Acreditadores

Como este consumidor necesita una demostración de confianza, se utiliza una herramienta que es la certificación, y corresponde a un procedimiento establecido para identificar las características específicas determinadas en el pliego de condiciones original de este producto ("norma").

Para realizar el proceso de certificación existen organismos **certificadores** que son entidades privadas o personas que deben ofrecer garantías de imparcialidad y de independencia, hacia cualquier empresa de producción o de transformación que aspira obtener un Sello de Calidad.

Estos certificadores, mediante una metodología profesional verifican el cumplimiento de la "norma del producto". Posteriormente a través de un procedimiento formalizado otorgan el certificado correspondiente al productor o elaborador, indicando que su producto cumple con las normas o condiciones que él se comprometió con su grupo común. Esta acción es un acto independiente del cumplimiento de los requerimientos exigidos por las leyes sanitarias de cada país, la cual exige que el producto sea inocuo. Por lo tanto, el compromiso de las normas para optar a un Sello de Calidad es un acto voluntario del productor.

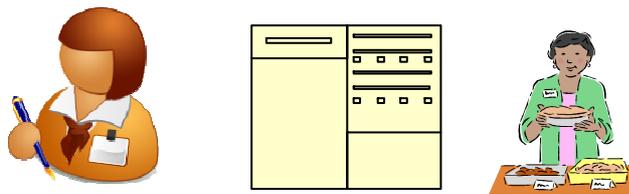
De esta forma, la certificación reafirma la decisión del consumidor al asegurar la condiciones de un producto, y si bien no reemplaza al marketing, es un gran apoyo para el objetivo de publicidad.

A la vez, para garantizar el proceso de certificación, existen los organismos de **acreditación**. Su función es verificar que las certificadoras realicen su labor aplicando procedimientos según los estándares reconocidos con una pauta superior que corresponde a la Norma ISO-65 y dan por escrito, o de manera equivalente, la seguridad de que los productos corresponden a las exigencias especificadas.

La acreditación tampoco es obligatoria, pero lo importante es que este organismo sea una tercera parte independiente, lo cual le asegura transparencia al sistema de control.

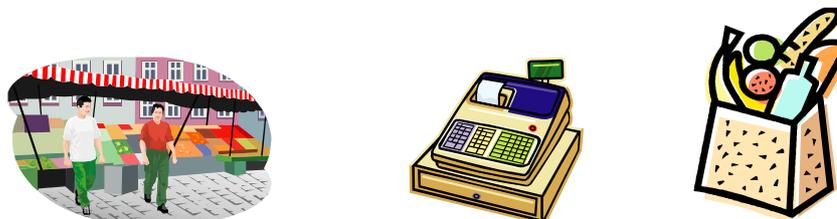
Nuevamente, existe así mediante la acreditación, una nueva herramienta que otorga confianza al público consumidor, y por otro lado, también coopera para fomentar el comercio internacional, puesto que los certificados e informes son reconocidos a nivel mundial.

Acá hay un nuevo nivel de coordinación que existe con el objetivo de lograr dicho reconocimiento, los Acuerdos Multilaterales de Reconocimiento (MLA), mediante los cuales, los organismos de acreditación de diferentes países se evalúan entre sí, para obtener suficiente confianza en que los organismos de evaluación actúan de manera equivalente y equiparable. Por ejemplo, existe la European Cooperation for Accreditation (EA) para actividades como ensayos, calibración, certificación de producto, sistemas de calidad, sistemas de gestión medioambiental y personas. Otro caso es International Accreditation Forum (IAF) en certificación de sistemas de la calidad.



Comercializador

El último actor en este grupo es el **comercializador**, quien tiene el rol de realizar la transacción comercial y ser el responsable de ofrecer el producto con sello de calidad al consumidor final. Generalmente los productos de calidad ocupan lugares preferentes y destacados en las góndolas de los supermercados y su precio, suele ser superior al de un producto que no presente estas condiciones.



4. SELLO Y COMERCIALIZACIÓN, CONSIDERACIONES:

Se presentan a continuación una serie de ventajas y dificultades relacionadas con la implementación de un Sello de Calidad en

alimentos, con el fin de evaluar una posible implementación en la industria de las nueces chilenas.

4.1 Ventajas

El análisis de las ventajas de disponer de un sello de calidad en alimentos, se presenta como un parangón en el siguiente cuadro, desde los beneficios que este aporta a los consumidores finales, tanto minorista como mayoristas y desde el otro extremo del privilegio que este significa para el sector productor. En este cuadro se conjugan diversas posibilidades de comparación, por ese motivo se encuentran celdas en blanco.

Beneficios para los principales sectores involucrados con un sello de calidad

Para los consumidores minoristas	Para los consumidores mayoristas	Para los productores
Entregan confianza de los productos adquiridos por asegurar la calidad de ellos	Destaca el origen y calidad de los productos evitando confusiones con los proveedores	Los obliga a ser empresarios en lugar de un clásico productor, puesto que deben tener una visión de su trabajo, centrado en la calidad y en un compromiso común adquirido previamente
Es una herramienta de conocimiento sobre el origen del producto y su modo de fabricación o manipulación, que se presenta como respuesta a varias inseguridades del consumidor	Compran un producto de calidad estandarizada y se relacionan con productores comprometidos con su trabajo puesto que deben cumplir en forma permanente determinados requisitos ante los consumidores	Un sello de calidad se transforma en una imagen poderosa de marketing para el producto que deriva hacia los productores, ya que han establecido una reputación de su trabajo, dando confiabilidad a los compradores y les permite continuar realizando negocios
Son productos que destacan en		Promueve el aumento de las ventas de los alimentos por la

las estanterías		diferenciación que un sello les otorga
Mejoran la diferenciación del producto en el punto de venta		En determinados casos se genera un aumento de precio sobre el producto diferenciado
	Demuestran que están comercializando un producto donde atrás existe un nivel de organización colectiva, pues ningún sello oficial puede ser entregado a un productor individual, sino a un determinado grupo cuyas reglas de funcionamiento deben ser previamente determinadas, escritas y registradas. Esto significa para los comercializadores seriedad y confianza para seguir trabajando con ese grupo	Se genera también un gran compromiso de los productores entre sí puesto que deben cumplir con una responsabilidad predeterminada en conjunto y que es indispensable cumplir para seguir vigente en el negocio

4.2. Dificultades en la implementación, obligaciones para los actores y mitos en torno a los sellos de calidad

Contrariamente a la descripción anterior, se señalan a continuación ciertas dificultades en la etapa de implementación de un Sello de Calidad con el fin de tener en consideración para la decisión posterior de aplicar un Sello de Calidad para las nueces chilenas. Paralelamente, se señalan las desventajas asociadas al sistema que posee un Sello de Calidad, con el mismo motivo de evaluar las posibles limitaciones y obligaciones que existen para los actores este tipo. A la vez, se enmarcan los mitos más comunes para tener presente frente a la posibilidad de implementar un sello en las nueces chilenas.

Dificultades en la implementación	Limitaciones y obligaciones al estar relacionado a un sello de calidad	Mitos
Poder determinar en un conjunto de personas que tipo de sello puede ser el más adaptado a cada caso	Obliga a los productores a estar en una mejora continua de su producción y estar al tanto de los factores que influyen en ésta	Un sello de calidad no es suficiente para lograr mercados mejores, pues es importante subrayar la relación estrecha que existe entre
Una vez determinado el tipo de sello, debe existir un acuerdo entre las partes sobre	Los productores deben aceptar el principio del control interno y externo. En la mayoría	

<p>las especificaciones que tendrá el producto a ser distinguido con este sello</p>	<p>de los casos, el control externo de una tercera parte (certificadoras privadas), totalmente independiente, es a cargo del productor</p>	<p>una producción diferenciada por un sello de calidad y las condiciones de mercado</p>
<p>El grupo interesado debe trabajar presentar un pliego de especificaciones técnicas de producción (que se convertirá en norma para el grupo de productores). Esto es obligatorio.</p>	<p>El proceso de evaluación y de certificación involucra actividades que tienen los siguientes costos: análisis de laboratorio, visitas a terreno, elaboración de informe por personal profesional. Este costo se tiene que comparar con el sobreprecio que se espera con el otorgamiento de la certificación</p>	
<p>La norma de producción o el pliego de condiciones, debe establecerse en relación con un mercado, por lo que es fundamental conocer el destino de los productos</p>	<p>Debe existir un autocontrol de parte del productor, pues él es quien asegura que el producto que pone en el mercado cumple con los requisitos establecidos por el mismo</p>	<p>Un sello de calidad no es una garantía para vender</p>
	<p>Los sellos pueden incluir aspectos relacionados con toda la cadena de producción, transformación y en muchos casos, distribución. Como el sello identifica el producto final, se generan conflictos en función de los beneficios hacia el resto de la cadena, si bien es una actividad impuesta por el primer eslabón de la cadena</p>	
	<p>Todo sello debe reforzarse con marketing</p>	

5. EDUCACIÓN AL COMERCIALIZADOR

Otro de los factores a considerar en este análisis es como enfrentan los comercializadores o compradores consumidores mayoristas, la presencia de un nuevo producto diferenciado.

Frente a un producto convencional y a la aparición de un producto con algún tipo de diferenciación, identificado con un sello de calidad, y que además presenta un sobreprecio en este, los comercializadores se encuentran en diferentes posiciones:

1. Seguir con la compra tradicional, considerando el precio.
2. Cambiarse al proveedor que ofrece su producto con un Sello de Calidad para asegurar la calidad y por otro lado, estar dispuestos a pagar un mayor precio por este producto diferenciado.

De acuerdo a lo anterior, ¿Cómo lograr convencer al comprador mayorista señalado con el N°1?

En primer lugar es indispensable la **información**. El grupo interesado en ofrecer el producto diferenciado, debe desarrollar una campaña de difusión que informe tanto a los comercializadores como a los consumidores sobre las diferentes categorías de calidad que tienen potencial de ser destacadas y avaladas por estos sellos.

Debe hacerse entender al comercializador las características del producto ofrecido y reconocer la garantía que le ofrecería un sello de calidad, respecto de los atributos de diferenciación que posee.

Los oferentes deben preparar material informativo sobre el tipo de sello y dar pautas referenciales para presentar la información, con el objetivo de informar en forma clara e imparcial, tanto a comercializadores como a consumidores.

La **capacitación** pasa a ser una herramienta clave para instruir a los comercializadores acerca de comprender el significado de potenciar estos productos con un Sello de Calidad, basado en las particularidades que debe tener el producto y los requisitos de implantar un sistema de este tipo, esto en función de los beneficios que significa para el comercializador.

A la vez, los oferentes deben **promocionar** la potencialidad de los sellos de calidad en la valorización de conceptos como:

- ⊙ responsabilidad con el medio ambiente
- ⊙ que garantiza un mercado ético
- ⊙ que es de fabricación regional
- ⊙ que tiene un sabor especial
- ⊙ que ayuda a la salud

Con estas acciones se ofrece una idea completa de las potencialidades de un sello al comercializador (y posteriormente al consumidor final), y se refuerza el sentido del sello.

6. SISTEMAS DE CONTROL SOBRE LOS SELLOS DE CALIDAD

Tal como se describió anteriormente, la necesidad de controlar la presencia y utilización de los sellos de calidad obedece a respaldar la confianza del consumidor frente a estos productos y en este sentido, es clave el rol que juegan las entidades certificadoras y acreditadoras.

Es así como en el mundo coexisten dos sistemas de control sobre los sellos de calidad, en función de quien realiza la instauración y supervisión de la presencia de estos, vale decir:

- 6.1. Sistema Público (ó)
- 6.2. Sistema Privado

6.1. Sistema Público

En ciertas ocasiones existe otro actor en el sistema de Sellos de Calidad: el Estado.

En algunos países consta una política de calidad armonizada, donde el Estado participa desde detallar los requisitos que determinan las características del sello de calidad y los procedimientos son dictados a través de Reglamentos o Decretos y con esto los sellos son oficiales.

Con los sellos oficiales, se garantiza al consumidor que existe una intervención del Estado para asegurar que la calidad manifestada en determinado producto es parte de un compromiso adquirido por los productores. Así, estos sellos de calidad son propiedades públicas o colectivas y es un derecho para todos los productores que quieran vincularse voluntariamente a este sistema.

Sin embargo, en este sistema el Estado no participa como un certificador, su rol es el de un arbitro supremo. La inspección la pueden realizar entidades privadas o públicas, que deben estar acreditadas o reconocidas por la autoridad pública correspondiente. Este sistema se presenta en la Comunidad Europea y rige para todos los países asociados a esta unión.

6.2. Sistema Privado

En el segundo sistema, que rige en la mayoría de los países fuera de la Unión Europea, la implementación del sello de calidad se realiza bajo la modalidad de sistemas privados, donde todo el proceso se define de acuerdo a estándares propios definido por un grupo de actores con un objetivo común.

La función del certificador es evaluar que efectivamente es cierto lo que declara el productor. Ellos no realizan un control de calidad para el productor separando los productos que encuentran defectuosos.

De esta manera, se ofrece así a los consumidores, un producto diferenciado y se espera que se genere una mayor confianza hacia él y un reconocimiento que indica que el producto y su proceso cumplen con los estándares, y han pasado los controles de calidad requeridos para poder lucir un sello.

En este caso, es necesario aclarar que la entidad certificadora es independiente de la empresa que elabora el producto. Se contrata sus servicios para que se justifique esa confianza requerida por el consumidor final.

Un inconveniente que se presenta en cuanto a las certificadoras es que en muchos países hace falta un organismo oficial de acreditación y autorización de las certificadoras, organismo que podría garantizar el respeto de las normas internacionales y la calidad del trabajo de las certificadoras. En este sentido, se favorece el trabajo de las empresas certificadoras de carácter internacional.

7. DESARROLLO DE SELLOS DE CALIDAD. ESTUDIO DE CASOS

Esta sección contempla el análisis de dos casos, ejemplo de quienes han realizado acciones de implementación de los sellos de calidad en algunos casos con éxito, y otras con la experiencia del fracaso.

Como se planteó se indagó acerca de dos experiencias internacionales, una experiencia exitosa y otra que no siguió adelante, son los ejemplos del Programa de Sello Verde en Flores de Colombia y de la International Berry Commission. Originalmente se había propuesto el análisis del sello Flower Label Program FLP de Holanda, pero se decidió cambiar éste por el de Sello Verde de Colombia, por ser un ejemplo mas completo pues abarca varios ámbitos, como el social y la preocupación por el medio ambiente, además de la calidad y porque pertenece a América Latina, mas cercana a nuestra realidad que Holanda.

CASO 1. FLOR VERDE COLOMBIA

Problemas a solucionar

Desde 1990 aproximadamente, se observaron campañas de desprestigio de las flores colombianas en algunos mercados internacionales. En efecto, una ONG de origen alemán denominada FIAN lanzó una "Campaña de las Flores" la cual tuvo por objeto exclusivo acusar las condiciones de producción de las flores en Colombia en temas como el ambiental y social.

Los ataques de los que fueron objeto las flores de Colombia no tuvieron como fundamento estudios serios, objetivos y representativos del sector. A pesar de las buenas intenciones de algunos de estos grupos de presión, los estudios y documentos de acusaciones tomaron casos aislados y no necesariamente verificados como situaciones representativas del sector floricultor colombiano.

Debido a estas razones surge el sello FLORVERDE, buscando ser una estrategia integral orientada a la optimización del uso de los recursos, con proyección de largo plazo y dinámica permanente para mejorar la rentabilidad de las empresas del sector floricultor, dentro de un concepto de desarrollo sostenible.



Que se quiere favorecer

La imagen de una industria altamente competitiva y de gran importancia en la economía colombiana, para eso abordan:

- ⊙ **Producción limpia:** minimización del uso de recursos, de insumos y de energía empleada y sustitución de sustancias tóxicas por otras que lo sean en menor grado o inocuas.
- ⊙ **Mejoramiento continuo:** dinámica del mejoramiento.
- ⊙ **Gradualidad:** adopción de oportunidades de mejoramiento con base en su viabilidad económica, social y ambiental.
- ⊙ **Desarrollo sostenible:** desarrollo sectorial garantizando la preservación de recursos naturales en todas sus dimensiones, al igual que la mejora en la calidad de vida de todos los trabajadores involucrados.
- ⊙ **Comunicación:** intercambio de experiencias entre disciplinas diferentes al interior de las empresas y entre las empresas.

- ⊙ **Medición:** medición y registro como base para toma de decisiones.
- ⊙ **Legislación vigente:** la línea base de **FLORVERDE** es el cumplimiento de la ley.

Quienes son los integrantes

La Asociación Colombiana de Flores, Asocolflores, en un principio fueron 28 empresas y en la actualidad bordean las 200.

Como es la planificación

Las empresas postulan a entrar en el programa y para eso cuentan principalmente con los siguientes instrumentos:

- Manual de Mejores Prácticas o Código de Conducta.
- Estudios de casos
- Capacitación en ISO 14.001, Sistemas de Gestión Ambiental.
- Capacitación en temas técnicos, ambientales y sociales.
- Listas de chequeo: cuestionarios y listas resumen, para auto evaluación y auditoria de desempeño ambiental.
- Visitas de asesoría y de auditoria.
- Sistemas de registro

Paralelamente se ocupan de temas sociales, desde la administración de personal en la cual Florverde® busca que los trabajadores encuentren en la empresa una oportunidad no solo de desarrollo laboral sino de bienestar y crecimiento personal. Permite que los trabajadores, tengan formación en distintos aspectos.

A la vez, Florverde® permite mantener entre las personas, el medio ambiente, los equipos, materiales, e instalaciones, el más alto grado de bienestar, seguridad y protección. Incluye los siguientes temas:

- Medicina preventiva.
- Medicina del trabajo.
- Higiene y seguridad industrial.
- Comités de salud ocupacional.
- Bienestar.

Y como otro objetivo se encargan de los temas ambientales, para los cuales se ocupan de:

- Reducción del consumo de plaguicidas y manejo integrado de plagas.
- Reducción en el consumo del agua.

- Reducción de residuos y disposición adecuada de los mismos.
- Mejoramiento del suelo a través de fertilización orgánica y reducción de fertilizantes químicos.
- Impacto positivo en el paisaje con uso de barreras naturales para la promoción de la biodiversidad como complemento en control de plagas.
- Control de emisiones que puedan afectar capa de ozono y clima.

Resultados

La flor colombiana ha tenido un gran éxito y reconocimiento mundial con este programa identificado con el sello FLORVERDE, sus flores son consumidas en todo el mundo y gozan de una excelente reputación.

CASO 2. CFBC (Chile Frozen Berry Commission)

Este ejemplo comienza en el año 1995 con un grupo de empresas procesadoras y exportadoras de berries congelados asociadas en la entonces FEPACH, Federación de Procesadores de Alimentos y Agroindustriales de Chile. Este grupo se llamaba Chile Frozen Berry Commission.

Problemas a solucionar

Cada empresa pese a pertenecer a una asociación gremial en Chile enfrentaba el mercado de una manera totalmente independiente, es decir la "asociación" aparecía hacia dentro del país y desaparecía hacia el exterior. No existía ningún vínculo común excepto de estar bajo el techo de Prochile en las Ferias internacionales, esto era absolutamente insuficiente para la idea básica de posicionar mejor los berries chilenos en el extranjero.

Que se quería favorecer

Posicionar mejor a los berries chilenos en el extranjero y poder aunar bajo una misma imagen toda la industria nacional, y que sea reconocida y asociada a un producto homogéneo y de alta calidad.

Quiénes eran los integrantes

Empresas asociadas a la entonces FEPACH, hoy Chilealimentos

Como fue la planificación

Se planteó un plan de reuniones donde se analizaron las distintas posibilidades de distinguir la producción de este grupo de alguna manera. Se eligió que la mejor vía era realizar un sello de calidad, venía ahora la forma de conseguir financiamiento para el sello, lo que se logró directamente vía FEPACH.

El plan consideró inmediatamente la contratación de una secretaria exclusiva quien reporta a la comisión, se realizó el plan de trabajo y se estimó que era necesario una persona de mayor perfil, por lo que se contrató a un Gerente que hablaba inglés.

Las especificaciones técnicas se realizaron aportando todos los miembros del comité sus sugerencias y experiencia en un trabajo de 6 meses.

Tiempos

La secretaría estuvo contratada 4 meses sola y posteriormente se contrató un Gerente a partir del mes 5.

Objetivos y requerimientos

Elaborar un sello que identificara a los berries congelados chilenos lo que fue un mandato de la CFBC, junto a disponer de un stand propio en ferias internacionales para la difusión de la imagen de los berries congelados de Chile bajo un solo sello distintivo. En esos años no existía la posibilidad de promoción vía Internet por su baja penetración en esa época, esta se realizaba vía telefónica, catálogos bilingües y esta era la razón que se necesitaba mayor presencia en ferias comerciales como ANUGA en Alemania y SIAL en Francia, y con una sola imagen de este producto en el exterior.

Resultados

Se elaboró un sello que incluía una imagen de los berries y la bandera de Chile, junto a la palabra Chile y Frozen Berry Comisión.



La primera participación del sello en forma Mundial fue en forma de broche ("pin") repartido a los asistentes nacionales e internacionales en el primer encuentro mundial de países productores de frambuesas realizado en Chile en 1998 (es tal la importancia de estos encuentros que siguen realizándose hasta la fecha cada dos años en los distintos países productores del mundo, el último VI se realizó en Mayo de este año en Polonia).

¿Y que pasó con el sello?

Este caso es muy emblemático y ejemplificador puesto que a pesar de que la iniciativa tuvo mucha fuerza en su comienzo, no siguió porque el desarrollo del sello no fue parte de los objetivos de la Federación FEPACH, que pretendía aunar a los distintos sectores de la elaboración de alimentos de Chile, conservas, deshidratados y jugos y no realizar ninguna diferencia entre ellos, y este sello pretendía diferenciar sólo a los Berries Congelados. El hecho de que este grupo

al actuar unidos consiguiera recursos y obtuviese resultados, más que un ejemplo a imitar, se vio como un ejemplo independentista que había que aplacar. Terminó en que se eliminó el presupuesto otorgado, y el proyecto no fue capaz de autosustentarse, básicamente por falta de madurez del mismo (sólo 3 años).

Es así, como esta idea debió surgir desde los productores de berries para que siguiese la implementación de este sello con fuerza, con una razón común y ellos diferenciarse de su competencia, y no haber pretendido que desde una Federación, que como se explicó tenía diversos objetivos, esta idea de creación de un sello de calidad prosperase.

A la vez, se contrató personal para que realizara todo el trabajo, desvinculado del grupo que debió haber estado más interesado y quienes conocían en profundidad las ventajas de su producto y podrían realizar la elaboración de reglamentos técnicos en base a las cualidades de sus productos.

Tampoco se aunaron los criterios de diseño, no se consultó a los usuarios finales y tampoco se previó el escenario interno en el cual no tendría un futuro estable.

Por otro lado, no hubo certificador, las auditorias de avance, concreción de resultados y nuevos desafíos fueron realizadas por el propio comité en reuniones cada dos meses, error que se pagó caro.

Como ventajas de este intentó, durante los años que funcionó, más que tener un impacto en los importadores extranjeros tuvo un efecto de unión y valoración interna en la industria de los berries que es muy competitiva. Este fue el gran legado.

8. EJEMPLOS MUNDIALES DE LOS DISTINTOS SELLOS DE CALIDAD EN ALIMENTOS

Para conocer los distintos sellos de calidad existentes en el área alimenticia y su implicancia, se eligieron ejemplos de diferente índole que son presentados a continuación.

- A nivel de la Unión Europea, existe una política de calidad que avala los productos alimenticios a través de tres tipos de sellos de calidad:



Denominación de Origen (DOP) o Indicación Geográfica Protegidas (IGP)

Ejemplos: quesos, frutas, verduras, cereales y carnes frescas, huevos, miel o lácteos y pan o productos horneados, aceites y aceitunas.

Este es el sello más común para los productos europeos que generalmente se acompaña a otro distintivo que hace alusión al producto en cuestión.



Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)

Ejemplos:

España: jamón Serrano y leche fresca certificada de granja
Italia: queso mozzarella
Reino Unido carne de pavo



Producción Orgánica

Ejemplos: Producción agrícola
Cría de animales

Para estos 3 casos existe una norma común que uniforma los criterios para armonizar a todos los estados miembros de la UE, con esto el sello es el distintivo que puede usarse sobre la etiqueta o envase del producto aprobado, así como en su promoción. Los consumidores tienen con este sello la garantía de que estos productos son inspeccionados y responden a un pliego de condiciones preestablecidos.

Información detallada sobre los productos y acciones que deben seguir los postulantes a los sellos de los estados miembros de la Unión Europea, se puede encontrar en el sitio WEB:
<http://www.europa.eu.int/comm/agriculture/qual/>.

- Dentro de la Unión Europea también existen sellos particulares en varios países, se citan como ejemplos los casos de España y Francia.

España

Este país se distingue porque varias de sus Regiones Autónomas tienen su propia forma de operar, con Consejos Reguladores y Entidades de Certificación e Inspección de Productos Agroalimentarios que han dado vida a diferentes Sellos de Calidad que son usados en forma individual o asociados a los sellos de la Unión Europea, cuando las exigencias impuestas por estos lo permiten.

Citaremos los ejemplos de Asturias, Cantabria, Extremadura, Andalucía y Murcia.

La región de Asturias ha creado recientemente el Sello Alimentos del Paraíso Natural que pretende abarcar 12 productos este año, entre ellos, miel, quesos de cabra, faba, sidra, queso de cabrales, ternera y el vino de la tierra.

Con este sello la Consejería de Medio Ambiente y Desarrollo Rural de Asturias pretende consolidar la imagen de cultivos o producciones tradicionales de la región, de gran valor gastronómico, económico y cultural, en especial porque muchos de los productos de Asturias no pueden acogerse a las marcas DOP o IGP, autorizadas por la CEE.

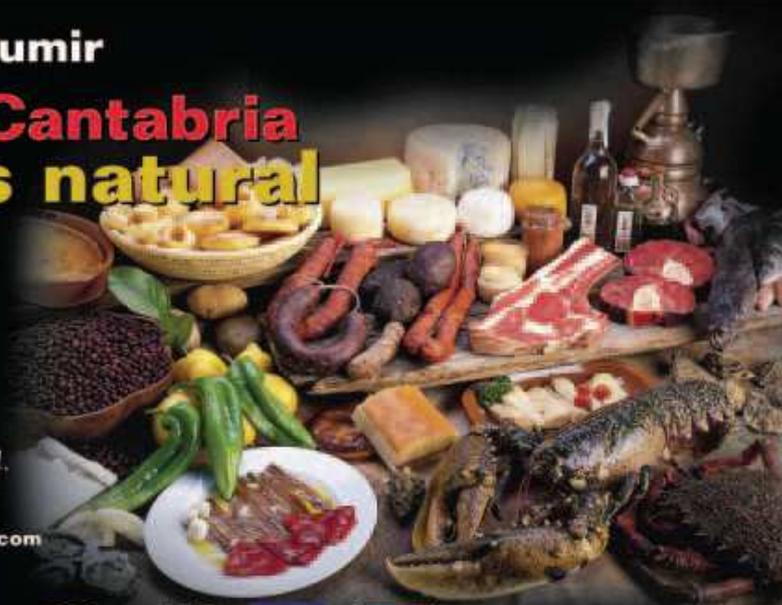
También con este sello este gobierno autónomo pretende, además de diferenciar los productos agroalimentarios de calidad, potenciar el asentamiento de la población rural

Otro de los ejemplos está en la región de Cantabria. La siguiente publicidad muestra todo lo que ellos pretenden promocionar con su sello de calidad:

**Consumir
productos
de Cantabria
es lo más natural**

*En la buena mesa,
algunos productos
deberían estar
siempre presentes.
Sabores de Cantabria,
por tradición y por calidad.*

www.alimentosdecantabria.com












En el caso de Extremadura, es el Consejo Regulador Agroalimentario Ecológico de Extremadura (CRAEX), el organismo encargado de certificar la calidad de sus alimentos, en especial los productos ecológicos u orgánicos.

Ellos tienen 2.758 productores y 13 empresas transformadoras y envasadoras, que se someten a los controles rigurosos que CRAEX exige para otorgarles el Sello de Calidad para garantizar al consumidor final que sus alimentos han sido producidos y transformados «con técnicas que excluyen el uso de fertilizantes químicos, pesticidas y fármacos» y con esto han conseguido introducirse en los mercados centroeuropeos más exigentes. Destacan los frutos secos, aceites, vinagres, vinos, huevos, concentrado de tomate, ternera y conservas vegetales que parten desde estas tierras rumbo a los supermercados y tiendas 'gourmets' de Francia, Alemania, Reino Unido, Suecia y Bélgica.

En Andalucía encontramos un ejemplo muy particular. Los productos cárnicos típicamente producidos en Andalucía, proceden del cerdo ibérico y gozan de una gran reputación a nivel mundial, ellos son reconocidos con el sello LANDALUZ.

El cerdo ibérico es una variedad del cerdo única en su especie, por su capacidad de almacenamiento y distribución de la grasa a lo largo de su masa muscular, que es lo que da a su carne la especial textura y sabor. El hábitat natural del cerdo ibérico es además, un ecosistema perfectamente equilibrado. En ella crece la encina, árbol ibérico por excelencia; longevo, noble, duro y resistente, es un árbol ligado

típicamente al monte y crece silvestre desde tiempo inmemorial en la península ibérica. La bellota es el fruto de la encina y también el mayor beneficio que ésta proporciona ya que se trata de la bellota más dulce y fina y de mejor calidad. Es un alimento rico en calorías e hidratos de carbono. Por eso, la grasa que procede de ella es ideal para la dieta del cerdo, ya que posee las cualidades y aromas adecuados para que la filtración de esta grasa entre las fibras del animal se haga de forma natural y progresiva.

El jamón ibérico es el emblema de esta industria andaluza y su calidad demostrada por el sello LANDALUZ es inmejorable, imponiéndose un férreo control desde el origen de la materia prima hasta el acabado del producto final. Los ingredientes secundarios también sufren un estrecho control y deben ser acompañados del Registro Sanitario de Industria y ficha con las especificaciones técnicas de los mismos.

En Murcia, encontramos un ejemplo reciente (25 de mayo 2008), que se acerca a la propuesta de Chilenut para las nueces chilenas. La organización profesional agraria ASAJA ha reclamado la creación de una marca de calidad para la almendra de la Región de Murcia, que permita que ésta pueda diferenciarse de las de terceros países, y pueda ser un pasaporte para nuevos mercados de exportación.

Ellos indican que es vital para esta región que el sector almendrero cuente con un sello de calidad, que le posicione mejor tanto en el mercado nacional como en los mercados internacionales, y que sea un arma para poder competir frente a la producción de almendra de California.

Principalmente, el sello de calidad les permitiría promocionar mucho más a este producto en el mercado nacional, puesto que la producción del almendra en la Región de Murcia goza de una gran calidad y prestigio, y a pesar de no ser un cultivo de gran peso dentro de la economía agroalimentaria regional, tiene un gran arraigo social y cultural para muchas comarcas agrícolas y que con un sello de calidad se reforzaría todavía más su fama y podría darse a conocer mejor a los consumidores finales españoles y sería muy beneficioso para los productores. Esta propuesta fue presentada ante las autoridades.

También en España se otorga el sello FACE, especial para los celíacos, que da una garantía de calidad y seguridad para los compradores celíacos. Los productos han sido elaborados exclusivamente con materias primas certificadas, sin química añadida.

Francia

Francia que se ha destacado siempre en promover sus productos y proteger a sus productores. Por esta razón, las autoridades francesas

usan estas herramientas voluntarias, que les otorga un sello de calidad que incluso son más reconocidos que los propios sellos de la Unión Europea.

Tienen cuatro sellos de calidad para productos alimenticios:

- 1.** Sello de conformidad con la norma técnica, que garantiza que las características del producto obedecen normas específicas de manufactura y/o composición.
- 2.** Sello rojo de calidad superior, Label Rouge o Sello Rojo de Calidad Superior, que diferencia a sus productos por sus condiciones de producción o de fabricación que es percibida por el consumidor final.

Ejemplos: aves, carne, frutas y verduras



La particularidad de este sello está en que puede ser otorgado a productores extranjeros si respetan los requisitos y los controles ejecutados bajo la supervisión del Estado francés ya que el "label rouge" es propiedad del Ministerio de Agricultura y Pesca.

Existe por ejemplo el salmón "label rouge" escocés.

- 3.** Sello de Denominación de Origen Controlado (AOC), que garantiza las características del producto con el lugar geográfico del cual proviene.

Ejemplos vinos y quesos. Se ha desarrollado también en otros sectores como la carne, pimentón, pimiento, aceituna, etc.

- 4.** Sello de agricultura biológica, da seguridad al consumidor que el agricultor no ha usado productos químicos o sintéticos en la producción.

Ejemplos hay muchos en la agricultura francesa cultivos, carnes, miel, etc.



Al igual que el Label Rouge o Sello Rojo, los productos orgánicos de terceros países pueden conseguir el sello oficial europeo o francés (AB) si demuestran que pueden cumplir con los requisitos y si reciben la certificación de un certificadora europea o reconocida por la UE.

Bélgica

Como ejemplo se cita a la galletería Jules Destrooper.



Esta empresa familiar en sus inicios, ha recibido a lo largo de 114 años de hacer galletas muchísimos premios, diplomas medallas y otras distinciones en diversa ferias mundiales y por otro lado, el año 1999 la Corte Belga la nombró como proveedora de la Casa Real.

Con esta historia, ellos postularon a un sello de calidad para uno de sus productos estrellas, la galleta de mantequilla. El año 2006 el VLAM (El Centro Flamenco de Marketing de agronomía y pesca) atribuyó el sello oficial de calidad "producto regional del Westhoek" a este producto especial de la Biscuiterie Jules Destrooper.

Alemania

Como hemos analizado, en el mundo existen diversos sellos diferenciadores, uno a destacar es el Sello Alergénico.



Este sello de calidad alimentaria es de gran importancia pues garantiza que los productos no contienen ingredientes alergénicos y con un distintivo facilitará a este grupo de personas la elección de alimentos seguros. Este sello lo otorga el European Centre for Allergy Research Foundation (ECARF) y garantiza que los contenidos de los productos se han comprobado en todos los tipos de alergias que podrían experimentarse con ese tipo de productos.

México

Como otro ejemplo se cita al sello TIF, bajo la certificación TIF (Tipo de Inspección Federal) que es un reconocimiento que la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR) otorga a las plantas procesadoras de carnes que cumplen con todas las normas y exigencias del Gobierno Mexicano, en cuanto a su tratamiento y manejo de sanidad se refiere.



Esta certificación trae consigo una serie de beneficios a la industria cárnica, ya que le permite la movilización dentro del país de una manera más fácil ya que cuenta con la garantía de la calidad sanitaria con la que fue elaborado el producto. Del mismo modo, abre la posibilidad del comercio internacional, ya que los establecimientos TIF son los únicos elegibles para exportar.

El sello TIF es un sinónimo de excelencia, significa que el producto que se está adquiriendo y consumiendo es auténtica garantía de calidad y salud. Los procesadores de carne mexicanos que apuntaron hacia el cumplimiento de esta normativa, quisieron brindar la confianza requerida para importar productos cárnicos de México.

Argentina

Existe el Sello de calidad "Alimentos argentinos, una elección natural".



Su objetivo es promover la autenticidad y originalidad de los alimentos argentinos e impulsar la incorporación de atributos diferenciadores en los alimentos argentinos.

Para esto, los productos deben cumplir con un protocolo de calidad específico por producto, cuya aprobación es otorgada por la Comisión Asesora del sello dependiente de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de Argentina. El cumplimiento del protocolo aprobado es evaluado por auditorías externas, a cargo de empresa competentes en el tema.

Este sello fue definido por los argentinos como un componente estratégico para el desarrollo competitivo de los alimentos argentinos, y un factor de diferenciación para su ingreso y permanencia en los mercados.

En Chile, algunos ejemplos:

- ⊙ Un grupo de empresarios de Coyhaique, reunidos originalmente en un proyecto "Sabores de Aysén", dio origen a un sello con el mismo nombre, que certifica la calidad y exclusividad de sus productos que rescatan los sabores y materias primas de la Patagonia. Estos productos son elaborados en diferentes localidades de la región de Aysén, y contribuyen a promover y resguardar las condiciones ambientales y humanas únicas de la Patagonia.

Como ejemplo tienen este sello mermeladas, conservas, pulpa de frutas, hierbas aromáticas, cecinas plantas y hierbas en fresco, charqui de vacuno, pasta de ajo, Helados artesanales ubicados en Coyhaique, Puerto Ibáñez y Península Levicán, entre otras localidades, todos tienen la característica de ser de máxima calidad y con identidad territorial.

La iniciativa es ejecutada por CODESA (Corporación para el Desarrollo de Aysén), ONG que vela por el desarrollo sustentable de la región de Aysén mediante el apoyo de los productores regionales, creando una unidad de gestión que tiene por finalidad valorizar y promocionar los productos locales. Para ello contaron con el apoyo técnico de MAGALLEN, asociación francesa sin fines de lucro para el desarrollo rural.

- ⊙ En la región de Magallanes con la participación de privados y apoyo del sector público, se creó el Sello de calidad para Carne de Cordero Magallánico con el objetivo de desarrollar productos estandarizados que se adapten a las formas de consumo actuales cumpliendo con las exigencias de calidad de los consumidores de hoy y con esto aumentar las ventas de este.



Para las especificaciones, se tomó como base el modelo MIRINZ, Meat Research Institute de New Zeland y fue adaptado a la realidad de la zona y de Chile. Este sello es garantizado por la Fundación Chile quien audita y controla los estándares del sello.

- ⊙ El Comité Nacional de Hortalizas de Chile (Hortach) ha creado un sello de garantía con el objetivo de estandarizar la producción de hortalizas para consumo interno y promover las buenas prácticas agrícolas dentro del país. Se pretende acreditar a los productores que cumplan con estos procesos.

Este sello que tiene una duración anual, fue aplicado en forma experimental primeramente para después masificarlo. En este sello se acreditan como procedimientos el manejo productivo, la aplicación de químicos para asegurar la sanidad e inocuidad de las hortalizas producidas

- En las nueces: sellos o distinciones

Estados Unidos, identifica el origen de sus productos, creando conciencia de marca en el consumidor. Las nueces de California, cuentan con un sitio web: <http://www.walnuts.org/> en el que se describen los beneficios alimenticios de las nueces.

El caso de la empresa de California Diamond, principal exportador de nueces en el mundo es destacable puesto que en Italia es la única marca reconocida por el consumidor porque sus nueces con cáscaras son las que se han diferenciado puesto que tienen impreso en el envase la marca del productor.

En Italia, Noberasco, es la principal empresa italiana de fruta seca, tiene como objetivo garantizar siempre al consumidor la frescura del producto y para eso elige importar nueces desde diferentes países del mundo según las diferentes estaciones de cosecha de cada país. Desde Chile la empresa importa a partir de la mitad de marzo hasta el final de abril, y el producto es de calidad extra, calibres entre los 34 y 36 mm.

Por otra parte, también en Italia, las empresas productoras de fruta seca, pertenecientes a la Asociación Nacional de Exportadores e Importadores de Hortofruta (ANEIOA), lanzaron una campaña dirigida a los consumidores, para dar a conocer las propiedades y beneficios para la salud de estos productos.

La nuez blanca de Sorrento es un producto especial, tanto por sus características organolépticas de sabor y calidad las cuales son muy apreciados por los paladares más exigentes y por las fábricas de dulces, como porque está en vísperas de obtener el reconocimiento por IGP.

Se suma a esto que además, en varios canales de la televisión nacional italiana 'RAI', se pueden encontrar programas que tratan

estos temas con la intervención de especialistas en materia de alimentación y nutrición. También existen campañas de promoción en revistas médicas especializadas.

En Francia, se comercializan las nueces de Grenoble, las cuales cuentan con una Denominación de Origen Protegida.

En España, las almendras, nueces y maníes de Pasat se distinguen en el mercado con su correspondiente etiqueta de producción ecológica. Sus envases llevan un sello con el logotipo del CRAEX.

9. CONCLUSIONES PARCIALES PRESENTADAS EN EL PRIMER INFORME

Después de la información presentada en el primer informe se concluyó:

- ⊙ Los sellos de calidad ofrecen garantías al consumidor sobre el origen, el proceso de elaboración, la calidad o la especificidad de los productos.
- ⊙ Los sellos se identifican a través de un logotipo informativo y se encuentran bajo el control de una tercera parte
- ⊙ El establecimiento de un sello de calidad es el resultado de una gran organización, tiempo y trabajo.
- ⊙ La inquietud inicial necesita un trabajo articulado con varios organismos y entes. La persistencia será la obtención del "Sello de Calidad".
- ⊙ El valor agregado que otorga el sello principalmente va dirigido hacia los productores, por la confianza al consumidor y la garantía de continuar adquiriendo el producto.

10. DESCRIPCIÓN DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

Tal como se describió en el punto 4 de la DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES, se realizó un catastro de los involucrados en esta temática en el país y se realizaron reuniones con especialistas en sellos de calidad en Chile. Posteriormente se levantó información acerca de los actores de la cadena de comercialización que son relevantes para ser entrevistados y se les consultó para conocer su opinión de la factibilidad de implementación de un sello de calidad en la especie en cuestión. Se levantó información acerca de la opinión de los directores de Chilnut para este mismo fin y también se

entrevistó a productores de nueces y exportadores, socios de Chilenut, para conocer su opinión.

Todas estas acciones se realizaron con el fin de cruzar la información acerca de la viabilidad de aplicar el sello en el producto del estudio.

11. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA Y DIAGNÓSTICO

Con la información recopilada, descrita en el punto anterior, que constituye la base para este análisis, y se obtuvo a través de un formato de reuniones y encuestas (realizadas a especialistas, técnicos, expertos en el tema de calidad, entre ellos certificadoras) e integrantes de la cadena comercial a nivel de productores y exportadores, se realiza el siguiente análisis. Paralelamente se consideraron los aspectos legales de la conveniencia de adaptar un sello, y se revisó bibliografía acorde a estas necesidades.

El proceso de recopilación de información tardó cuatro meses. Durante este período esta información fue recopilada y analizada acuciosamente, revisando los antecedentes para verificar la confiabilidad de las distintas fuentes de partida para el diseño de la propuesta final.

12. PREPARACIÓN DEL PRODUCTO FINAL Y ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL

Mediante el análisis de la información recopilada se definió este producto final y se elaboró la propuesta que contiene el resultado de los análisis que definen la viabilidad de la implementación del sello de calidad en las nueces chilenas.

12.1 Temática, importancia y utilidad de los sellos

Tal como se ha indicado a lo largo del informe, el sello de calidad es fundamental para destacar características diferenciadoras de un producto o proceso.

En el caso de las nueces chilenas la existencia de un sello, permitiría la identificación y diferenciación de distintas calidades de nueces comercializadas desde Chile en base a la operación y procesos que ellas se someten.

Se concluye que resulta viable implementar un sello de calidad para las nueces de Chile, siempre y cuando se cumplan los siguientes requisitos:

- Sello de Calidad para nuez con y sin cáscara: para empresas chilenas que cumplan con estándares de operación y procesos pre-establecidos y acordados por los integrantes de Chilenut bajo un protocolo común (que se acojan al sello). El requisito básico debe ser que cumplan con una producción inocua.

Es importante considerar el manejo comercial que realizan las exportadoras ya que la nuez que llega a los mercados, avalada por un sello, deberá ser consistentemente de la calidad que el sello especifica, y por lo cual se está cobrando, para no perder credibilidad entre los consumidores. Una pérdida en la confianza, afectaría a la imagen de la nuez chilena y del país en general; de ahí la importancia que todas las exportadoras realicen un trabajo consensuado previamente. Para lograr esta sincronización de funciones además deberá haber un compromiso transversal de todos los involucrados en la cadena, tanto productores, como intermediarios, procesadores y exportadores.

La creación de un sello de calidad a nivel de productor se traducirá en nuevas exigencias, las que estarán asociadas en algunos casos a mayores costos de producción, ya que, para cumplir con los estándares que el sello establece, se deberán realizar cambios a nivel de manejo productivo y tecnológico.

La implementación del sello sería de mucha utilidad a nivel de proveedores de las grandes cadenas de supermercados (interproveedores), los cuales compran en forma exclusiva para estas cadenas de supermercados. Si bien es cierto ellos no pagarán más por un producto con sello, hay que considerar que este sello será un elemento diferenciador determinante al momento de decidir la compra del producto, el cual, al señalar una característica diferenciadora, tendrá una gran ventaja.

A nivel de consumidor final la presencia de un sello de calidad es bien recibida ya que los consumidores valoran la certificación, por lo tanto los productos que presentan sellos de calidad serán preferidos frente a aquellos que no lo posean.

- Es importante definir claramente en qué consistiría este sello, definiendo que parámetros serán los más adecuados para la diferenciación. En este caso, la definición que pueda y debería dar Chilenut pasará a tener especial relevancia en su rol de conductor del proceso. Por lo tanto, también es primordial el reconocimiento que

tenga Chilenut ante las autoridades nacionales y el mercado internacional.

- Frente a la factibilidad de elaborar un sello para las nueces chilenas, se plantea la conveniencia que este sello fuera otorgado por un organismo externo. Si bien existen las Normas Chilenas para las nueces con y sin cáscaras del Instituto Nacional de Normalización, INN, son estándares muy básicos para diferenciar un producto a nivel internacional, no tienen mayor validez en el exterior y son de carácter voluntario (Anexo II).

Por esta razón, el sello debería ir avalado por una certificadora de prestigio y reconocimiento en los mercados a los cuales se exporta la nuez chilena (Europa, América Latina, otros). La investigación de este estudio, previo análisis de un sin número de empresas concluye que la de mayores reconocimiento son:

- EUROFINS (Inglaterra)

- Bureau Veritas

- SGS

- Otra de las alternativas que debe tenerse en cuenta, es en base a un ejemplo chileno, el caso de las Paltas Hass, donde el mismo Comité de Palta Hass fue quién propuso un sello basado en un estándar de calidad definido por ellos, y el cual no tiene un respaldo de una certificadora. A este Comité, en base a un trabajo de promoción por un lado, y una estandarización de calidad en la parte productiva, por otro, les tomó 3 años su introducción y reconocimiento por el mercado internacional.

- En general, considerando la complejidad de este proceso, se recomienda realizar una experiencia piloto con un producto y mercado específico para evaluar todos los resultados.

12.2 Factor Costo a considerar:

- Considerar el costo que tiene definición, diseño, implementación y mantención en el tiempo de un sello de calidad.

Cifras estimadas indican que este ítem debería costar de US\$ por año desglosados en:

Persona a cargo (persona de dedicación exclusiva, que es lo que se recomienda)	US\$ (US\$ /mes)	/año
--	---------------------	------

Oficina, comunicaciones, equipos	US /año (US\$: /mes)
Promoción, materiales, difusión	US\$ /año
Viajes	US\$ (2 viajes de US\$ c/u)
Diseño	
Certificación: para implementarla se requiere la participación y aporte de las exportadoras*.	

* Es necesario considerar:

- Exportaciones 2007 de nueces fueron de US\$ 75, 9 millones
 - De estos, 14 empresas exportaron más de US\$ 200.000
- Si esto se traduce en toneladas, en el año 2007 se exportaron 19.797 toneladas.

En base a ejemplos de organizaciones de exportadores o productores de alguna especie agrícola, que obtienen un fondo común a partir de un porcentaje o valor fijo por volumen exportado, que se destina a alguna actividad de promoción, en este caso el "Sello de Calidad para Nueces", se proponen supuestos de acción.

1.-- Con un aporte de US\$ por tonelada de cada empresa participante, se tendría un hipotético disponible para manutención del sello de US\$ /año.

2.-- No todas las empresas estarán dispuestas a aportar al inicio un monto fijo pues debe considerarse que cada empresa posee políticas propias al respecto, se estima que solo lo haga un 20% al inicio. Con este porcentaje, se tienen no más de US\$ de aporte para manutención del sello, lo que implica la necesidad de continuar con el

fundamental aporte FIA en este proyecto IMA. Posteriormente Chilenut deberá continuar con recursos propios.

12.3 Aspectos relevantes de las nueces que deben ser destacados en el sello:

a) Origen: Chile o Nueces chilenas

b) Condición de postcosecha: baja perecibilidad.

Nota: como las nueces envasadas en atmósfera modificada duran un año, el sello debería acompañar esta duración de post cosecha y también tener un periodo definido.

c) Color: Se debería establecer un color propio para nueces chilenas y no seguir dependiendo del patrón de California.

d) Características nutricionales: alto valor nutritivo, rica en proteínas, vitaminas, minerales, antioxidantes y ácidos grasos omega 3 (poliinsaturados)

12.4 Aspectos relevantes a considerar sobre el sello son:

1. Tipo de sello:

Definir claramente bajo que categoría se define este sello.

Por ejemplo: el sello o también llamado "Marca de Conformidad con Norma" se basa en la ISO CASCO 5 más conocida en otros ámbitos (seguridad y construcción), donde todos los procesos están estandarizados.

Frecuentemente se ha mal utilizado en su reemplazo la "Marca Registrada", ya que en ésta tiene que existir un tercero que certifique. La nuez Californiana (EEUU) y la nuez Francesa utilizan esta modalidad.

Otra figura interesante es el uso de la "Marca de Garantía" que se da como respuesta a una demanda creciente de certificados de calidad por parte del público y de un deseo de diferenciación dentro del mercado por parte de las asociaciones de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios. Va acompañada de un reglamento de uso, en el que se indican los requisitos para pertenecer a dicha marca, los sistemas y las responsabilidades, pero no necesita de una certificadora que otorgue una diferenciación. Técnicamente es una Marca, pero comercialmente se traduce también en un sello de calidad.

2. Diseño del sello

Al diseñar el sello, es fundamental considerar que éste sea atractivo y que a su vez deje una imagen en la retina. Tanto el mensaje como el diseño deben ser muy claros y precisos apuntando únicamente a elementos claves que se quieran destacar.

Básicamente debería estar diseñado de tal manera que insista en el origen del producto y en sus atributos de calidad.

La normativa chilena es muy básica como requisito para establecer un sello de calidad, la principal referencia debe ser los requisitos de los compradores.

3. Proceso de estandarización y creación de un sello para el caso de la nuez chilena.

La industria se planteará diversas interrogantes, entre ellas: Qué se desea transmitir? En qué plazos, cuando se hace un procedimiento determinado? A qué costo? Quién lo debe realizar? Cómo lo debería realizar? Cuánto dinero se deberá invertir para implementar un sello? Los cálculos indican una cifra aproximada de US\$ los que se sugiere podrían provenir de fondo concursable IMA/FIA, especialmente en la etapa de implementación de una imagen de marketing. Todas estas inquietudes y futuras definiciones deben ser canalizadas por Chilenut como conductor del proceso.

12.4 Consideraciones de mercado

Existe una particularidad que debe considerarse en el caso de la implementación de un sello de calidad para las nueces y es su forma de comercialización. Tanto para nueces con cáscara como para nueces sin cáscara, son reenvasadas en destino, y por esta razón, debe haber un mecanismo de continuidad del sello o si no, el sello se perdería rápidamente en ese lugar. En ambos casos hay que generar un compromiso con los reenvasadores para que se mantenga la identificación de nuez chilena ya que muchos prefieren que el consumidor final no tenga claro el origen y suponga orígenes de mayor prestigio como por ejemplo nuez francesa.

Sólo en el caso de retail el sello llega directamente al consumidor final.

12.5 Justificación del sello en distintas etapas y para distintos tipos de nueces

El análisis donde se evalúa la justificación del sello, diferencia dos etapas, para la implementación de un sello de calidad. A la vez, se justifica este sello en función de distintos tipos de nuez ya sea con cáscara, sin cáscara ó retail se tienen los siguientes efectos:

- a) **Nueces con Cáscara:** la justificación, en la etapa previa a la implementación del sello es mediana ya que la utilización de un sello en empaque implicaría la presencia de un punto de inspección en reempaque. De no existir este punto de inspección, se correría el riesgo de perder el sello. En la etapa inicial de implementación de este sello, la justificación es mediana, recomendándose realizar muestreos, inspección de productos o inspección por lote para asegurar calidad organoléptica. En una segunda etapa, una vez introducido y aceptado el sello, su justificación es alta.
- b) **Nueces sin cáscara (Granel):** en la etapa previa a la implementación del sello la justificación es mediana ya que igual que en el caso anterior al reempacar se puede perder el sello. En una primera etapa, de estandarización la justificación de una Marca de Garantía es alta, así como también para una segunda etapa.
- c) **Nueces sin cáscara (Retail):** la justificación de un sello de calidad en este caso va a ser alta en todas las etapas ya que el producto llega al consumidor final por lo tanto se hace necesario distinguir sus atributos para llegar al nivel masivo. La industria Chilena debe entender el retail es la mejor manera o vía de asegurar la permanencia de la implementación de un posible sello.

El cuadro siguiente permite resumir lo anteriormente descrito:

TIPO DE NUEZ	Justificación n sello	En primera etapa	En segunda etapa
Con cáscara	Mediana Sello en reempaque implica punto de inspección en reempaque o sino, se pierde el sello	Mediana Muestreo, inspección de productos o inspección por lote para asegurar calidad organoléptica	Alta Una vez introducido y aceptado el sello
Sin cáscara (Granel)	Mediana Debe reempacarse o sino se pierde	Alta MARCA DE GARANTIA	Alta MARCA DE GARANTÍA

	el sello		
Sin cáscara (Retail)	Alta Porque el producto llega al consumidor final. Distinguen atributo para llegar al nivel masivo.	Alta	Alta

Como conclusiones del cuadro anterior se justificaría un sello tanto para una nuez a granel y también para una nuez sin cáscara pero con diversos grados de importancia.

Lo que sí debe quedar muy en claro para Chilenut, es que el éxito de este trabajo a emprender pasa porque las empresas tomen conciencia que debe existir un esquema común para el trabajo y basarse en las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). Para ello lo más importante es que se implemente junto al sello un sistema de gestión desde la organización que está gestando el sello que controle e indique los puntos débiles de cada ente participante en este trabajo en conjunto.

Por los costos de las certificaciones es altamente improbable que se certifique a todos los productores o procesadores, por eso se certifica un proceso, acá los costos de certificación son considerablemente menores. La gestión sobre los involucrados, debe quedar en manos en este caso de Chilenut, así la certificadora cuya justificación en una primera etapa no está clara, de hecho la recomendación de los Consultores de este Estudio, es que no se use una certificadora, sin embargo debería en un futuro "auditar" este funcionamiento.

Chilenut es la única instancia que debe realizar la supervisión, control, modificaciones y adecuaciones necesarias, retroalimentándose permanentemente de la información que esté dando el mercado. Este es un punto muy importante que hay que tener en cuenta.

En resumen los aspectos a considerar son :

- 1- Estandarización de los criterios
- 2- Control del cumplimiento anterior
- 3- Certificación
- 4- Marketing asociado

Hay que tener en cuenta que una encuesta Adimark 2008 para saber la percepción de los consumidores frente a los productos envasados

esta reveló que el consumidor significativamente está dispuesto a pagar más si el producto viene certificado. Esto indica que la gente valora un sello de calidad.

13. CONCLUSION

Considerando todos los factores señalados anteriormente, se propone para una primera etapa (de al menos dos años), la implementación de un sello de calidad definido a través de lo que se conoce en el mercado técnicamente como **MARCA DE GARANTÍA**¹ y comercialmente se usa como SELLO DE CALIDAD.

Bajo este esquema, el actor principal sería Chilenut, donde, no existiría la necesidad urgente de ser avalado inmediatamente por una certificadora de prestigio internacional. De esta manera se tendría el tiempo necesario para encontrar los procedimientos más apropiados, usando como producto las nueces con y sin cáscara, destacando el origen, la alta duración en post cosecha, la inocuidad y el color donde es básico contar con la anuencia de un grupo (productores, procesadores, exportadores) que sí deseen trabajar en esta línea.

La mayor problemática que presentaría un sello de calidad, en el caso que se quisiera implementar en una primera etapa, sería que, para hacerlo operativo, se requiere la estandarización de muchos y variados procesos para poder ofrecer una calidad constante y homogénea, concordante con los estándares establecidos por el sello lo que requiere aunar demasiados criterios.

La Marca de Garantía se da como respuesta a una demanda creciente de certificados de calidad por parte del público y de un deseo de diferenciación dentro del mercado por parte de las asociaciones de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios.

Va acompañada de un reglamento de uso en el que se indican los requisitos para pertenecer a dicha marca, los sistemas y las responsabilidades.

El costo estimado de este sello es similar al establecimiento de un sello avalado por certificadoras pero no requiere de un marco legal que actualmente es inexistente en Chile si no que la buena voluntad de los integrantes que quieran participar.

Definición de Marca de Garantía: es aquel signo utilizado por una pluralidad de empresas bajo el control y utilización de su titular que certifica que los productos o servicios a los que se aplica cumplen unos requisitos comunes, en especial en lo que concierne a su calidad, componentes, origen geográfico, condiciones técnicas o modo de elaboración. Fue creada en el año 1998.

Estamos seguros que cuando se vean los resultados nuevos integrantes querrán sumarse, a ellos hay que mantenerles las puerta abiertas si es que cumplen con todos los requisitos y aportes pre-establecidos por lo que empezaron antes y no cometer los errores de otros emprendimientos de este tipo en que se mantuvo cerrado el ingreso a nuevos actores con la excusa de que antes no habían querido participar. No se puede pedir que todos los involucrados que tiene distintos orígenes, distintas manera de ver los negocios todos por igual, nuestra cultura es de que algunos empiecen y otros los siguen, esta no será la excepción.

14. BIBLIOGRAFÍA

<http://www.agriculture.gouv.fr/alim/sign/welcome.html>

<http://www.walnut.org/>

<http://www.argenpapa.com.ar/>

Web de la Secretaría de Agricultura, Alimentación y Pesca de Argentina.

<http://www.sagpya.gov.ar/alimentos>

Web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación España.

<http://www.mapa.es>.

Web de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía.

<http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca>.

Web de la Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea.

http://europa.eu.int/comm/agriculture/index_es.htm.

Web de la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) de España.

<http://www.enac.es>.

Web Fundación Chile

<http://www.fundch.cl>

Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos a nivel mundial, FAO. María Teresa Oyarzún, Florence Tartanac, Santiago de Chile, 2002.

López Benítez, M. (1996). *"Las Denominaciones de Origen"*, Cedecs. Barcelona.

Cáceres, F., Manrique, T., Parra, T., Cruz, J.C., 2004. "Nuevos sistemas agrarios y su posicionamiento en la cadena agroalimentaria". Informe de la Agricultura Familiar en España 2004. Fundación de Estudios Rurales. Madrid España.

Compés López, R., 2001. "Atributos de confianza, normas y certificación: Comparación de estándares para hortalizas".

<http://www.infoagro.com>

Fernández Sierra, L. M., 2003. "Las certificaciones de calidad. Análisis de riesgos y control de puntos críticos", en Álvarez, J. y Camacho, F. (coord.) Innovaciones en el Sector Hortofrutícola Español. Secretaría General Técnica del MAPA. Madrid.

Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas 2002, de las Indicaciones Geográficas Protegidas de Productos Agroalimentarios

2002, de las Bebidas Espirituosas con Denominación 2002 y de las Denominaciones de Vinos campaña 2002/2003 Calidad agroalimentaria y denominaciones de origen, Cuadernos la Tierra 2002.

ANEXOS

Anexo I



ENCUESTA 1: Información clave para la determinación de sello de calidad para la industria de las nueces chilenas

Orientada a Productores/Exportadores:

Número de Encuesta: /2008	Fecha: /
Encuestador:	
Nombre del Informante:	
Fono:	
Hora de Inicio Entrevista:	
Hora de Término Entrevista:	

Garantía de Confidencialidad:

La información de esta encuesta garantiza que los resultados son sólo de carácter informativo y se mantendrán en reserva

I. Antecedentes de la Productores/Exportadores

A) Nombre de la Empresa/Institución/Productores/Exportadores:
B) Dirección Empresa/Institución/Productores/Exportadores:
C) Teléfono:
D) Nombre Persona de Contacto:
E) Cargo:
F) E-mail:

II. Descripción General de los Productores/Exportadores:

III. Preguntas

1. ¿En que se diferencian las nueces chilenas de la competencia?
2. ¿Qué atributos de las nueces chilenas deben ser destacados?
3. ¿Piensa usted que las nueces chilenas deben venderse con una diferenciación por su calidad?
4. ¿Hay gran diferencia entre las variedades de nueces en la calidad de ellas?

5. ¿Cómo afecta la desuniformidad de la oferta de nueces (en términos de productores), a la idea de vender un producto de calidad única?
6. ¿Sabe lo que es un sello de calidad?
7. ¿Ha visto usted nueces con sello de calidad en el mercado?
8. ¿Se acuerda de algún país que tenga un sello de calidad en nueces..y si no, en otro producto?
9. ¿Es necesario el sello de calidad para las nueces chilenas?
10. ¿Cómo cree usted que debería ser este sello?

11. A su juicio, ¿qué debe considerar este sello de calidad?..envases de color, sello específico, diferenciación por envase???
12. ¿A que tipo de nueces debe aplicarse este sello?
13. ¿Quién debe garantizar o certificar el sello?
14. Considerando que la mecanización en el procesamiento es ineludible para las nueces chilenas, y que esto afectará la calidad final de lo ofrecido....¿Cree usted que afectará el negocio?..¿Cómo usar este antecedente para obtener un sello diferenciador?

ENCUESTA 2 Para expertos en el tema

Información clave para la determinación de sello de calidad para la industria de las nueces chilenas

Número de Encuesta:	Fecha:
Encuestador:	
Nombre del Informante:	
Fono:	
Hora de Inicio Entrevista:	
Hora de Término Entrevista:	

Garantía de Confidencialidad:

La información de esta encuesta garantiza que los resultados son sólo de carácter informativo y se mantendrán en reserva

III. Antecedentes de la Empresa o Institución

G) Nombre de la Empresa/Institución/
H) Dirección Empresa/Institución/
I) Teléfono:
J) Nombre Persona de Contacto:
K) Cargo:
L) E-mail:

IV. Descripción General de la Empresa o Institución

--

III. Preguntas

1) Cual es la importancia de los sellos de calidad en la actualidad
2) Existe otro instrumento que cumpla la misma función que un sello de calidad
3) En los alimentos como recibe un consumidor un sello de calidad

4) Como debería ser un sello de calidad en nueces considerando que el producto chileno llega principalmente a un comprador mayorista
5) Otro comentario

Anexo II

Normas chilenas para Nueces

NORMA CHILENA OFICIAL

NCh 528.Of2000

INSTITUTO NACIONAL DE NORMALIZACION ò INN-CHILE

Nueces con cáscara - Requisitos

Walnuts in the shell - Requirements

Primera edición : 2000

Descriptor: *alimentos, frutas secas, nueces, requisitos*

CIN 67.080.10

COPYRIGHT © 2001 : INSTITUTO NACIONAL DE NORMALIZACION - INN

Dirección : Matías Cousiño N° 64, 6° Piso, Santiago, Chile

Casilla : 995 Santiago 1 - Chile

* Prohibida reproducción y venta *

Teléfonos : +(56 2) 441 0330 • Centro de Documentación y Venta de Normas (5° Piso) : +(56 2) 441 0425

Telefax : +(56 2) 441 0427 • Centro de Documentación y Venta de Normas (5° Piso) : +(56 2) 441 0429

Internet : inn@entelchile.net

Miembro de : ISO (International Organization for Standardization) • COPANT (Comisión Panamericana de Normas Técnicas)



INSTITUTO NACIONAL DE NORMALIZACION δ

Nueces sin cáscara - Requisitos

Shelled walnuts - Requirements

Primera edición : 2001

Descriptor: *alimentos, frutas secas, nueces, requisitos*

CIN 67.080.10

I N N - C H I L E

COPYRIGHT © 2001: INSTITUTO NACIONAL DE NORMALIZACION - INN

Dirección : Matías Cousiño N° 64, 6° Piso, Santiago, Chile

Casilla : 995 Santiago 1 - Chile

* Prohibida reproducción y venta *

Teléfonos : +(56 2) 441 0330 • Centro de Documentación y Venta de Normas (5° Piso) : +(56 2) 441 0425

Telefax : +(56 2) 441 0427 • Centro de Documentación y Venta de Normas (5° Piso) : +(56 2) 441 0429

Internet : inn@entelchile.net

Miembro de : ISO (International Organization for Standardization) • COPANT (Comisión Panamericana de Normas Técnicas)