

CERTIFICACIÓN Y SELLOS DE CALIDAD

Dr. Roberto Rapela*. 2004. Newsletter N° 15, MaGEA, Fac. Ciencias Agrarias, UCA.

*Presidente de FOOD SAFETY S.A. “Certificadora de Productos Orgánicos y Calidad en Alimentos” y Presidente de CA.CER, “Cámara de Certificadoras de Alimentos, Productos Orgánicos y Afines”.



www.produccion-animal.com.ar

[Volver a: Trazabilidad, denominación de origen y producción orgánica](#)

INTRODUCCIÓN

La agroindustria latinoamericana elabora una amplia variedad de productos alimenticios, que mantienen autenticidad y originalidad ligadas a las circunstancias sociales, culturales y adecuadas a sus recursos naturales. En el marco actual de la globalización de la economía, estos productos tienen un rol importante como eslabón integrador entre el sector agrícola y el mercado.

Los consumidores buscan cada vez más información sobre el origen y el proceso de elaboración de los productos alimenticios. Cuando se ofrecen garantías de que el producto alimenticio corresponde a lo que se busca, este consumidor conciente está dispuesto a pagar un precio más alto. En esta línea se encuentran tanto los alimentos de origen orgánico como aquellos que provienen de una zona geográfica determinada y los que han sido producidos por métodos tradicionales. Todos estos alimentos son preferidos y demandados crecientemente en la Unión Europea, USA y Japón y, por lo tanto, presentan un alto potencial como productos de exportación hacia esos mercados. Asimismo, el conocimiento e interés del consumidor en características de calidad de los alimentos que estén por sobre la inocuidad de los mismos, han ido en aumento en los últimos años.

Para garantizar al consumidor que un producto alimenticio presente efectivamente una característica de calidad determinada, también llamado atributo de calidad, existen sistemas voluntarios de control. Estos sistemas normalmente consisten en que una entidad independiente de la empresa, llamada Organismo Certificador, verifica y controla que el producto responda a los atributos de valor que ostenta. La forma de demostrar que el producto ha sido verificado, es mediante la presencia en la etiqueta de un sello, símbolo o logotipo de calidad. De esta forma, un sello que garantice un atributo de calidad puede convertirse en una importante herramienta de comercialización, en beneficio de las pequeñas empresas agroindustriales.

SELLOS DE CALIDAD

El desarrollo de los sistemas de sellos de calidad en la Agroindustria, ha configurado tres tipos de atributos de calidad, generalmente aceptados: la Producción Orgánica, la Denominación de Origen y la Especialidad Tradicional Garantizada. Estos son los tres tipos de categorías de calidad que coinciden con la necesidad de privilegiar un tipo de agricultura respetuosa del medio ambiente, de resguardar las tradiciones productivas y culinarias y de proteger la autenticidad de los productos.

A) PRODUCCIÓN ORGÁNICA

Es una característica de calidad, resultado de un proceso de obtención del producto agroalimentario por métodos productivos que respetan el medio ambiente, maximizando el aprovechamiento de los recursos naturales y proyectando una agricultura sostenible.

En los sistemas de producción orgánica se prohíbe la utilización de productos de síntesis química tales como herbicidas, insecticidas, pesticidas y fertilizantes, así como también la utilización de antibióticos, hormonas en animales y organismos genéticamente modificados.

La agricultura orgánica ha de ser normada en base a la regulación nacional existente o en su defecto en base a una de las regulaciones líderes. Esto último es requisito cuando el producto es de exportación, ya que éste debe cumplir con la reglamentación del lugar de destino.

B) DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Se aplica en aquellos productos cuyas características organolépticas diferenciadoras de sus similares están estrechamente relacionadas al espacio geográfico donde han sido producidos y/o donde han sido procesados.

C) ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

Es un atributo de calidad válido para aquellos productos agroalimentarios cuyas características organolépticas diferenciadoras son fruto de su composición y/o método de elaboración tradicional.

ORGANISMOS CERTIFICADORES Y SU ACREDITACIÓN

Los organismos certificadores son entidades que deben verificar el cumplimiento de las condiciones de calidad especificadas para el producto en cuestión. Estos organismos deben demostrar su capacidad para realizar una labor independiente, eficiente y transparente, la que es evaluada en conformidad con la norma ISO-65 por parte de un organismo competente, es decir, un organismo acreditador válido en el país respectivo. Los organismos de certificación pueden ser de naturaleza pública o privada, pero es fundamental que estén acreditados y que su labor sea uniforme.

Un organismo certificador debe reunir las siguientes condiciones:

- ◆ Tener una estructura establecida (oficina, equipos, contabilidad, personería jurídica, etc.)
- ◆ Tener una metodología profesional para verificar el cumplimiento de la norma y un procedimiento válido para otorgar el certificado (sistema de certificación). Además debe respetar la confidencialidad de los datos estudiados.
- ◆ Tener un personal profesional y competente para evaluar el cumplimiento de las normas durante el proceso de certificación.
- ◆ Garantizar un proceso de certificación independiente, transparente y eficiente.
- ◆ Ser imparcial en los procesos de evaluación y de certificación.

LA ACREDITACIÓN, SINÓNIMO DE FIABILIDAD

En un mercado cada vez más globalizado y con exigencias de calidad y seguridad definidas, la confianza en los productos y servicios pasa por la confianza que la sociedad tenga en los organismos evaluadores de la conformidad.

¿Quién genera esta confianza? Para responder a esta pregunta surgió en el mundo, la ACREDITACIÓN ¿Qué es? La acreditación es el procedimiento por el que una entidad autorizada reconoce formalmente que otro organismo es competente para realizar una tarea definida.

La acreditación aumenta así la confianza del público al poner a disposición del mercado un recurso identificable y valioso de evaluadores independientes competentes; además evita que cada Administración tenga que emplear sus propios recursos para evaluar a los organismos a los que encarga dichas actividades. Por otro lado, la acreditación puede reducir la necesidad de regulación al ofrecer un medio alternativo de asegurar la fiabilidad de actividades que pueden afectar a la confianza del público. Esa elección fomenta una competencia apropiada y favorece la innovación, lo que a su vez beneficia al comprador potenciando esquemas de autorregulación del propio mercado privado, y a los consumidores que ofrecen un producto de mejor calidad.

Conviene especificar que la acreditación se mueve dentro del ámbito voluntario y por tanto el que una entidad se acredite o no es algo que decide ella voluntariamente. Y lo hace porque el mercado, desde el año 90, viene demandando cada vez con más fuerza este requisito en todo el mundo.

EL MARCO CONCEPTUAL DE LA CERTIFICACIÓN

¿Para qué sirve la certificación?

El consumidor quiere comprar un producto con características específicas que le satisfagan; ¿En qué puede confiar? ¿La etiqueta? ¿El origen? ¿La marca? ¿La naturaleza del producto? ¿En quien lo produce?

Necesita un sistema en el cual confiar y que le brinde una satisfacción.

La certificación es el sistema establecido que le sirve para identificar el producto con las características específicas que quiere comprar. Así podemos definirla como:

- ◆ Una confirmación formal (escrita) e independiente otorgada al productor, indicando que su producto cumple con las normas que él se comprometió a cumplir
- ◆ El procedimiento que permite a la autoridad (el estado) confirmar que el producto cumple con las normas voluntarias a las cuales se comprometió el productor.

UTILIDAD DE LA CERTIFICACIÓN

La certificación sirve al productor para diferenciar su producto de sus similares. Es una gestión voluntaria del productor que va más allá de la ley, la cual exige que el producto sea inocuo. Desde este punto de vista, la certificación visible para los consumidores a través de un Sello de calidad, es una herramienta de comercialización.

La certificación sirve al consumidor para distinguir el producto que desea. Así se evitan mensajes publicitarios poco transparentes, con lo que la certificación es una herramienta de comunicación. También establece una relación de confianza entre el productor y el consumidor, la cual hace que el productor responda a los deseos múltiples del consumidor relacionados con aspectos culturales, sociales y éticos. En este sentido, es también una he-

ramienta de ética. En fin, la certificación aparece como una respuesta moderna a la complejidad del manejo de la antigua relación oferta/demanda.

CONCLUSIONES

La agroindustria latinoamericana ofrece una gran variedad de productos alimenticios que mantienen autenticidad y originalidad ligadas a las circunstancias sociales, culturales y de disponibilidad local de recursos naturales. Estos factores pueden representar importantes ventajas comparativas, las que mediante estrategias modernas de comercialización, como los sellos de calidad, pueden dar un significativo impulso al desarrollo en este sector.

Las ventajas de los productos de la agroindustria, que los hacen competitivos en los mercados modernos, enfrentan al productor a desafíos que le imponen adaptarse a exigencias tales como ofrecer productos de calidad sanitaria, con presentación y etiquetado de acuerdo a las regulaciones, presentar una calidad uniforme de acuerdo a las especificaciones comprometidas, y asegurar una producción de acuerdo a los compromisos adquiridos que proteja los atributos de valor comprometidos.

Los atributos de calidad diferenciadores posibles de destacar, coinciden con una visión emergente entre los consumidores, que valoran la necesidad de resguardar las tradiciones productivas y de privilegiar un tipo de agricultura respetuosa del medio ambiente.

A nivel latinoamericano, la introducción de las distinciones de calidad requiere de una intensa labor de promoción y difusión, tanto entre productores como consumidores, acerca del potencial que tienen los productos de la agroindustria en los mercados modernos, de las ventajas del sello como estrategia de comercialización, así como también, de las condiciones que esto implica para los operadores. El desarrollo de dicha promoción constituiría un apoyo efectivo al crecimiento del sector, dado que potenciaría sus ventajas comparativas. Estudios de campo han demostrado que los propios productores no siempre son concientes del potencial diferenciador de sus productos.

Además, se hace necesaria la implementación de iniciativas de encuentro, para que los productores aumenten su nivel asociativo e intercambien experiencias.

[Volver a: Trazabilidad, denominación de origen y producción orgánica](#)