

EVOLUCIÓN E IMPORTANCIA ECONÓMICA DAS DENOMINACIÓNS XEOGRÁFICAS DE CALIDADE GALEGAS¹

PILAR PIÑEIRO GARCÍA / MARÍA JOSÉ GARCÍA RODRÍGUEZ
Universidade de Vigo

Recibido: 24 de febreiro de 2010

Aceptado: 29 de outubro de 2010

Resumo: Os produtos do sector agroalimentario galego enfróntanse a unha contorna cada vez máis competitiva. Por este motivo, algúns deles quixeron destacar as súas especiais características –relacionadas coa calidade e co seu lugar de orixe– mediante a adopción das chamadas denominacións xeográficas de calidade. Neste artigo revisanse as distintas figuras xurídicas aplicadas na actualidade e en que consiste cada unha delas. Posteriormente, realízase unha revisión das que existen en Galicia, analizando a súa evolución e importancia económica, así como a representatividade no contexto nacional e o nivel de penetración nos mercados exteriores.

Palabras clave: Denominacións xeográficas de calidade / Sector agroalimentario / Galicia / España.

EVOLUTION AND ECONOMIC IMPORTANCE OF GALICIAN GEOGRAPHICAL DESIGNATIONS OF QUALITY

Abstract: Galician agricultural products and foodstuffs face a more competitive environment. This is the reason why some of these products have wanted stand out its special characteristics, related with quality and origin, by adopting geographical designations of quality. In this article we check different juridical figures that exist at present and what they consist in. Later we present the geographical designations of Galician products and we analyze their evolution, economic importance, representation on a national context and level of penetration in foreign markets.

Keywords: Geographical designations of quality / Agricultural sector / Galician country / Spain.

1. INTRODUCCIÓN

Desde unha perspectiva económica, as denominacións de orixe desenvolveron unha serie de funcións como a defensa ante a fraude nos produtos e na súa procedencia, a vinculación co desenvolvemento do territorio e a diferenciación baseada na calidade (Barco, 2007). Deste modo, empezáronse a utilizar para posicionar as producións dos pequenos agricultores procedentes de explotacións familiares, fronte ás grandes multinacionais que ofrecían produtos estandarizados. Co paso do tempo e co incremento da competitividade no sector agroalimentario, cada vez resultaba máis difícil diferenciarse, polo que as empresas comezaron a basear a súa vantaxe competitiva no incremento de valor derivado da denominación, unido ao valor procedente da zona de orixe e da súa forma de produción (Rodríguez *et al.*, 2007).

Desde aquela, o uso das denominacións foi incrementándose, xa que se comprobou que xeran beneficios para as empresas, que contribúen ao desenvolvemento

¹ Unha versión preliminar dunha parte deste traballo foi presentada no XXIII Congreso Nacional de la Academia Europea de Dirección y Economía de Empresa, que tivo lugar en Sevilla do 3 ao 5 de xuño de 2009.

do medio rural e que interveñen facilitando o proceso de decisión de compra do consumidor, como se resume a continuación.

A diferenciación baseada na calidade determinada pola orixe permitiu que as empresas se beneficien da tradición, da experiencia e do saber facer na fabricación dun produto procedente dunha zona xeográfica (Jiménez, 2002). Estes beneficios únense a unha serie de vantaxes derivadas da necesidade de realizar un maior esforzo na produción, un maior control de todo o proceso e a mellora das presentacións e envases (Langreo, 2004).

Ademais, a aplicación das denominacións de orixe supón en xeral unha axuda nas actividades de comercialización, favorecendo un prezo maior, o acceso a niveis de renda máis altos e un mellor aproveitamento dos segmentos de mercado, sobre todo os relacionados co turismo e coa emigración (Langreo, 2004). Isto débese a que facilitan a definición da identidade dos produtos, a creación dun capital comercial que contribúe á expansión noutros mercados e o desenvolvemento dunha forma de actuación específica e, ademais, favorecen a formación dunha dimensión comunicativa (Martínez e Jiménez, 2006).

Aos beneficios obtidos polas empresas únense os relacionados co desenvolvemento das rexións. O uso das denominacións permite acceder a novas oportunidades relacionadas co progreso do medio rural e coa identidade das rexións, co turismo, coa posibilidade de obter axudas públicas, coa protección do mercado propio fronte á competencia externa e coa maior predisposición dos políticos debido a que contribúen a crear unha boa imaxe (Langreo, 2004). Tamén cómpre destacar como aumentou o interese da gran distribución por este tipo de produtos, chegando a formularse algúns convenios de colaboración con grupos de desenvolvemento rural para produtos tradicionais.

Desde o punto de vista do comportamento de compra do consumidor de produtos agroalimentarios, comprobouse que neste tipo de transaccións se produce unha asimetría de información. O coñecemento do vendedor sobre os seus produtos é moito maior ca o do comprador, xa que os atributos que máis valora este último son as características organolépticas e de salubridade, ambos os dous atributos de experiencia, é dicir, que se coñecen despois do seu consumo. Por isto, os consumidores utilizan a orixe do produto como forma de identificación da súa procedencia, do proceso de elaboración e do nivel de calidade, achegándolles, ademais, un conxunto de asociacións relacionadas con novos beneficios que melloran o seu nivel de recoñecemento e que contribúen a reforzar a súa imaxe (Martínez e Jiménez, 2006).

Por outra parte, no mercado alimentario detectouse a presenza dun novo segmento de consumidores que dispoñen de maior renda e poder adquisitivo e que están dispostos a pagar un prezo sensiblemente maior por un produto se consideran que reúne unhas condicións diferentes e mellores ca os demais. Isto únese a un incremento do consumo dos alimentos fóra do fogar, adquirindo unha gran relevancia a distribución de produtos con denominación de orixe a través de restaurantes, ca-

feterías e hoteis. A calidade convértese así nunha oportunidade para que as empresas do sector agroalimentario manteñan e melloren a súa presenza nos mercados (Polo e Cambra, 2006).

Para identificar como inflúen as denominacións de orixe no comportamento de compra do consumidor realizáronse numerosos estudos nos que se demostrou que o comprador presenta unha maior preocupación pola calidade dos produtos (Grunert *et al.*, 1996) e que existe unha clara relación entre percepción de calidade, satisfacción, lealdade e intención de compra (Olsen, 2002; Fandos e Flavián, 2006).

Desde un marco teórico, comprobamos que non existe acordo entre os distintos autores para referirse de forma xenérica a estas figuras de calidade. A designación máis utilizada é “denominacións de orixe” (Tallarico, 2000; Jiménez, 2002; Yagüe e Jiménez, 2002; García *et al.*, 2006; Martín, 2006, 2009; Martínez e Jiménez, 2006; Barco, 2007; Rodríguez *et al.*, 2007), pero outros prefiren termos como “denominacións de calidade” (MAPA, 2006b), “indicadores xeográficos” (Auer, 2006; Fernández e González, 2001) ou “denominacións/designacións xeográficas de calidade” (Cáceres *et al.*, 2004; Galdos, 2004; Martínez e Jiménez, 2006). Neste traballo optouse por esta última forma por considerar que é a que mellor se axusta á natureza das figuras analizadas.

Os obxectivos que se pretenden conseguir neste artigo son dous: por unha parte, coñecer as distintas denominacións xeográficas de calidade que existen a nivel español e comunitario e, por outra, analizar as implantadas actualmente en Galicia e coñecer a súa representatividade a nivel nacional. Para isto, o traballo estrutúrase do seguinte modo. En primeiro lugar, preséntanse as figuras xurídicas existentes, distinguindo as aplicables a produtos agrícolas e alimenticios daquelas que se refíren ao viño e ás bebidas espirituosas. A continuación móstrase unha panorámica das denominacións xeográficas de calidade en Galicia, estúdase a súa importancia económica e a súa evolución. Finalmente, realízase unha análise comparativa con España, valorando a presenza relativa das denominacións xeográficas de calidade galegas no contexto nacional e o seu nivel de penetración nos mercados exteriores.

2. MARCO NORMATIVO DAS DENOMINACIÓNS XEOGRÁFICAS DE CALIDADE

As figuras existentes na Unión Europea para protexer a calidade vinculada á orixe dos produtos agrícolas e alimenticios diferentes do viño e das bebidas espirituosas son dúas: a *denominación de orixe protexida* (DOP) e a *indicación xeográfica protexida* (IXP). A lexislación vixente para estas dúas figuras é o Regulamento (CE) 510/2006, do Consello, sobre protección das indicacións xeográficas e das denominacións de orixe dos produtos agrícolas e alimenticios.

Ambas as dúas figuras refírense ao nome dunha rexión, dun lugar ou, en casos excepcionais, dun país, que serve para designar un produto agrícola ou un produto

de alimentación distinto dun viño ou dunha bebida espirituosa orixinaria desa rexión, dese lugar ou dese país. No caso da DOP, a calidade ou as características particulares do produto han estar fundamentadas principal ou completamente no medio xeográfico cos seus factores naturais e humanos, e a súa produción, transformación e elaboración deben realizarse na zona xeográfica delimitada. Porén, para que un produto posúa unha IXP só é necesario que unha certa calidade, reputación ou outras características do produto se lle atribúan á orixe xeográfica, e que a súa produción e/ou transformación e/ou elaboración se realice na zona xeográfica delimitada.

En ambos os dous casos existe un vínculo ou relación causa-efecto entre as características específicas do produto e o medio xeográfico da zona. Con todo, hai dúas diferenzas fundamentais entre as DOP e as IXP: 1) nun produto con DOP a produción, transformación e elaboración realízanse na mesma zona xeográfica, mentres que nun produto con IXP non é obrigatorio que todas as fases se realicen na mesma zona xeográfica; e 2) o vínculo ou relación causa-efecto antes mencionado é máis estrito nun produto con DOP que nun con IXP. Polo tanto, a distinción entre DOP e IXP baséase na forza da relación ou no vínculo entre o produto e a área xeográfica específica cuxo nome empregue. Aínda feita esta puntualización, non pode afirmarse que a calidade dun produto con DOP sexa mellor nin peor que a dun con IXP. Trátase de dúas figuras de protección distintas que serven para amparar os distintos casos de produtos cuxa calidade diferenciada se debe á orixe.

Para gozar da protección en cada un dos Estados membros da Unión Europea, a DOP/IXP debe rexistrarse a nivel europeo a través dun sistema que é aberto, voluntario e libre de cargos. O procedemento para realizar este rexistro presenta dúas etapas diferenciadas (Auer, 2006; Manteca, 2004): a primeira é levada a cabo a nivel nacional polas autoridades competentes do Estado membro onde se localiza a zona xeográfica implicada, e a segunda etapa é realizada a nivel comunitario pola Comisión Europea².

Ademais das DOP e das IXP, existen outras dúas figuras aplicables aos produtos agrícolas e alimenticios distintos do viño e das bebidas espirituosas que adoitan

² O procedemento de rexistro pode resumirse do seguinte modo. Unha agrupación de produtores ou transformadores interesados nun determinado produto agrícola ou alimenticio presenta unha solicitude de rexistro ante o organismo competente que debe incluír, entre outros requisitos, un prego de condicións. Este organismo competente examinará a solicitude e abrirá un procedemento nacional de oposición. Se logo dese proceso considera que se cumpren os requisitos do Regulamento, adoptará unha decisión favorable e remitiralle á Comisión Europea a documentación para que se tome unha decisión definitiva. Se a Comisión considera que a solicitude está xustificada e cumpre os requisitos do Regulamento, publicará a solicitude de rexistro no *Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE)*. Se nun prazo de seis meses ningún Estado membro, terceiro país ou persoa física ou xurídica cun interese lexítimo se opón ao rexistro, ou ben existe oposición pero a Comisión non a estima oportuna, inscribirase a DOP/IXP no Rexistro Comunitario. A partir deste momento, a denominación solicitada comeza a gozar da protección xurídica establecida no Regulamento comunitario. Con todo, unha vez que o organismo competente do Estado membro adopta unha decisión favorable e presenta a solicitude de rexistro á Comisión, o Estado membro pode conceder unha protección nacional transitoria á denominación xeográfica de calidade mediante a aprobación oficial e a publicación do Regulamento. Esta medida intenta evitar os inconvenientes derivados do atraso na decisión comunitaria sobre o rexistro solicitado (Manteca, 2006).

asimilarse a elas e incorporarse nos estudos acerca das denominacións xeográficas de calidade: as *especialidades tradicionais garantidas* (ETG) e a *agricultura ecolóxica*.

As *especialidades tradicionais garantidas* (ETG), reguladas polo Regulamento (CE) 509/2006, están ligadas necesariamente a un sistema de produción ou elaboración determinado de carácter marcadamente tradicional. Realmente non existe restrición territorial ningunha na súa produción ou elaboración e, polo tanto, a ETG non pode considerarse unha denominación xeográfica de calidade (Cáceres *et al.*, 2004).

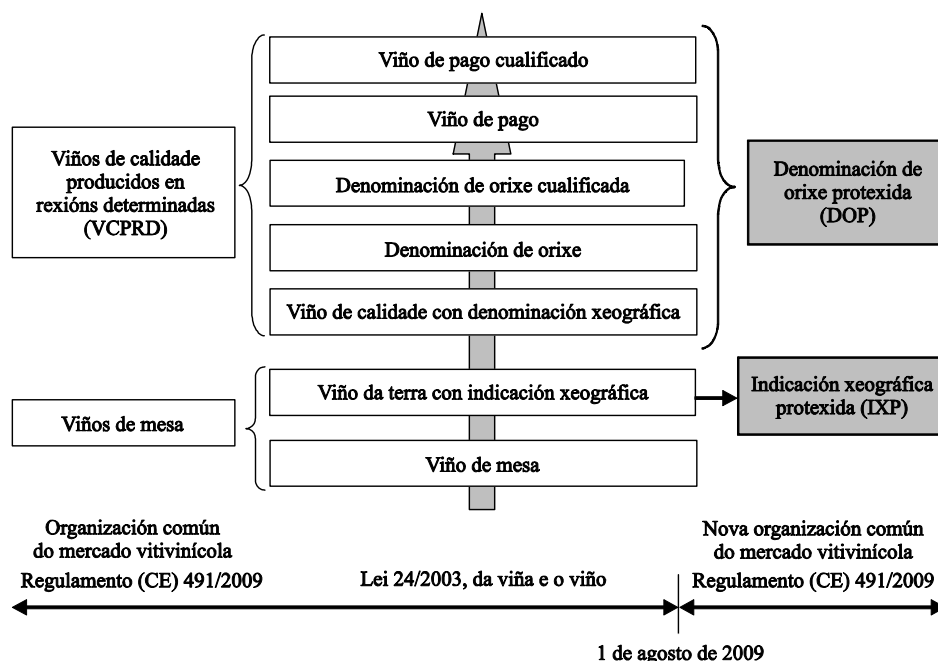
Pola súa parte, a *agricultura ecolóxica* –que en España está regulada legalmente desde o ano 1989– réxese desde o 1 de xaneiro de 2009 polo Regulamento (CE) 834/2007, do Consello, sobre produción e etiquetado dos produtos ecolóxicos. Pode definirse como un compendio de técnicas agrarias que normalmente exclúe o uso na agricultura e na gandería de produtos químicos de síntese como fertilizantes, praguicidas, antibióticos, etc., co obxectivo de preservar o medio, manter ou aumentar a fertilidade do solo e proporcionar alimentos con todas as súas propiedades naturais. Polo tanto, tampouco pode considerarse unha denominación xeográfica de calidade.

No sector do viño, a lexislación europea aplicable durante a última década foi o Regulamento (CE) 1493/1999, do Consello, que establecía a organización común do mercado (OCM) vitivinícola e que contemplaba o concepto *viños de calidade producidos en rexións determinadas* (VCPRD). Neste contexto, a “rexión determinada” definíase como a área ou o conxunto de áreas vitícolas que producen viños con características cualitativas especiais e cuxo nome se utiliza para designar os VCPRD³. Posteriormente, a nivel español a Lei 24/2003, da viña e o viño, definiu o chamado “*sistema de protección da orixe e da calidade dos viños*” que, como se resume na figura 1, diferenciaba entre os viños de mesa e os VCPRD e, dentro destes, establecía as seguintes figuras: *viño de calidade con indicación xeográfica, denominación de orixe, denominación de orixe cualificada e viño de pago*. Ademais, dentro dos viños de mesa existían os viños con dereito á mención tradicional *viño da terra*.

Esta situación cambiou coa entrada en vigor o 1 de agosto de 2009 dos capítulos da nova OCM vitivinícola (Regulamento CE 491/2009) relativos ás denominacións de orixe, indicacións xeográficas e termos tradicionais. Na nova OCM vitivinícola establécese un réxime de acordo co cal a definición, recoñecemento e rexistro das figuras de protección da calidade vitivinícola vinculadas a unha orixe xeográfica deixa de ser competencia das institucións nacionais e pasa a ser competencia das institucións comunitarias.

³ A diferenza doutros produtos agroalimentarios, non existía unha definición comunitaria para os VCPRD. A regulación comunitaria deixaba liberdade aos Estados membros para establecer as disposicións que considerase necesarias a este respecto, aínda que se establecía un marco xeral ao que debían aterse todos os VCPRD comunitarios.

Figura 1.- Figuras de calidade vinculadas á orixe no sector vitivinícola



FONTE: Elaboración propia.

A nova OCM vitivinícola implanta unha nova regulación para os nomes xeográficos dos viños, desaparecendo os VCPRD e incorporando as DOP e as IXP. Na táboa 1 resúmense os requisitos para ambos os dous tipos de protección. Os recoñecementos nacionais realizados ata o 31 de xullo de 2009 baixo as figuras da anterior OCM (VCPRD e *viños da terra*) son tidos en conta, de forma que os VCPRD pasan a adquirir a consideración de DOP e os *viños da terra* son considerados IXP.

Táboa 1.- Características dos viños con DOP e con IXP

VIÑOS CON DOP	VIÑOS CON IXP
A súa calidade e características son esencialmente ou exclusivamente debidas á súa orixe xeográfica, cos seus factores humanos e culturais inherentes	Posúen unha calidade, reputación ou outras características específicas atribuíbles á súa orixe xeográfica
O 100% das uvas proceden exclusivamente da zona xeográfica de produción	Cando menos o 85% das uvas proceden exclusivamente da zona xeográfica
A súa elaboración ten lugar dentro da zona xeográfica	A súa elaboración ten lugar na área xeográfica
Obtéñense de variedades vínicas pertencentes á <i>Vitis vinifera</i>	Obtéñense de variedades vínicas pertencentes á <i>Vitis vinifera</i> e a outras especies do xénero <i>Vitis</i>

FONTE: Elaboración propia.

Por último, a figura aplicable a nivel europeo ás bebidas espirituosas durante os últimos vinte anos foi a *denominación xeográfica de calidade*, recollida no Regulamento (CE) 1576/1989. No ano 2009 entrou en vigor o Regulamento (CE)

110/2009 relativo á definición, designación, presentación, etiquetado e protección das bebidas espirituosas, que introduce o concepto de *indicación xeográfica* (IX) para estas bebidas, establece un novo procedemento de recoñecemento destas bebidas e inclúe as IX protexidas por cada Estado membro nun dos seus anexos.

3. DENOMINACIÓNS XEOGRÁFICAS DE CALIDADE GALEGAS

Na Comunidade Autónoma galega existen actualmente trinta produtos con *denominación xeográfica de calidade*. Diferenciando por tipo de produto, dezaoito son produtos agroalimentarios, oito son viños e catro son bebidas espirituosas.

Dentro dos produtos agroalimentarios (táboa 2) inclúense seis DOP e doce IXP. As categorías de produto con máis denominacións xeográficas de calidade recoñecidas son as hortalizas –unha DOP e cinco IXP–, os queixos –catro DOP– e os produtos de panadería, pastelería e repostería –dúas IXP–. No resto de categorías de produto (carnes frescas, embutidos e outros produtos cárnicos, froitas, legumes, peixes e moluscos, e meles) só existe unha denominación xeográfica de calidade e, agás no caso da DOP Mexillón de Galicia, todas son IXP.

A metade das denominacións foron creadas nos anos noventa: as catro DOP que amparan queixos, a DOP Mexillón de Galicia e as IXP Tenreira Galega, Lacón Galego, Pataca de Galicia e Mel de Galicia. As máis veteranas son a IXP Queixo Tetilla, creada no ano 1992, e a IXP Tenreira Galega creada no ano 1994. Cómpre destacar o dinamismo mostrado polo sector agroalimentario galego nos últimos anos. Proba diso é que, desde o ano 2004, oito IXP (Castaña de Galicia, Grelos de Galicia, Pemento de Arnoia, Pemento do Couto, Pemento de Oímbra, Faba de Lourenzá, Pan de Cea e Tarta de Santiago) e unha DOP (Pemento de Herbón) iniciaron os trámites de recoñecemento e foron incluídas no Rexistro Comunitario. Ademais, dúas IXP (Botelo de Galicia e Androlla de Galicia) aínda están pendentes da súa inclusión neste Rexistro. Por outra parte, convén resaltar que o Mexillón de Galicia foi o primeiro produto do mar que logrou a distinción de DOP a nivel europeo no ano 2006.

Polo que respecta ao sector do viño (táboa 3), existen en Galicia cinco DOP (Monterrei, Rías Baixas, Ribeira Sacra, Ribeiro e Valdeorras) e tres IXP (Barbanza e Iria, Betanzos e Val do Miño-Ourense). Agás a IXP Val do Miño-Ourense, todas as denominacións están inscritas no Rexistro Comunitario. Dúas das DOP teñen unha gran tradición, posto que a DOP Ribeiro data do ano 1932 e a de Valdeorras do ano 1945.

Tamén existen catro *indicacións xeográficas* (IX) para bebidas espirituosas galegas que comparten o mesmo Consello Regulador (táboa 4): un augardente de bagazo de uva (IX Augardente de Galicia), dous licores (IX Licor Café de Galicia e IX Licor de Herbas de Galicia) e unha bebida espirituosa (IX Augardente de Herbas de Galicia). A IX Oruxo de Galicia foi creada no ano 1989 e as outras tres foron recoñecidas no ano 2005.

Táboa 2.- Situación das denominacións xeográficas de calidade dos produtos agrícolas e alimenticios galegos (outubro de 2010)

CATEGORÍA DE PRODUCTO	DOP/IXP	CREACIÓN		REGULAMENTO/PREGO DE CONDICIÓN VIXENTE		REXISTRO COMUNITARIO	
		Orde Xunta de Galicia	DOG	Orde minist. Resolución	BOE	RCE	DOUE
Queixos	DOP Arzúa-Ulloa	20/10/95	07/11/95	17/05/05	30/05/05	12/01/10	13/01/10
	DOP Cebreiro	05/03/99	11/03/99	17/05/05	31/05/05	16/10/08	17/10/08
	DOP San Simón da Costa	20/04/99	04/05/99	17/05/05	30/05/05	10/12/08	11/12/08
	DOP Queixo Tetilla	18/03/92	01/04/92	24/11/93	25/12/93	12/06/96	21/06/96
Carnes frescas	IXP Tenreira Galega	03/11/94	21/11/94	18/04/95	26/04/95	17/12/96	18/12/96
Embutidos e outros produtos cárnicos	IXP Lacón Galego	07/02/97	12/02/97	21/07/98	07/08/98	07/05/01	08/05/01
	IXP Botelo de Galicia	06/02/09	12/02/09			(1)	
	IXP Androlla de Galicia	En tramitación				(1)	
Froitas	IXP Castaña de Galicia	03/11/06	14/11/06			11/05/10	12/05/10
Hortalizas	IXP Grellos de Galicia	19/09/96	07/10/96	24/04/02	11/05/02	29/10/10	30/10/10
	IXP Pataca de Galicia					15/02/07	16/02/07
	IXP Pemento de Arnoia					21/05/10	22/05/10
	DOP Pemento de Herbón					04/08/10	05/08/10
	IXP Pemento do Couto					23/02/10	24/02/10
IXP Pemento de Oimbra	20/05/10	21/05/10					
Legumes	IXP Faba de Lourenzán	20/08/08	27/08/08			15/10/09	16/10/09
Peixes e moluscos	DOP Mexillón de Galicia	15/07/98	03/08/98	02/08/01	14/08/01	12/09/07	13/09/07
Panadería, pastelería e repostería	IXP Pan de Cea	16/04/04	23/04/04	26/05/04	07/06/04	04/02/05	05/02/05
	IXP Tarta de Santiago	29/12/06	08/01/07			10/05/10	11/05/10
Meles	IXP Mel de Galicia	01/10/97	15/10/97	18/06/04	05/07/04	23/07/07	24/07/07

(1) Transmítida a solicitude de rexistro á Comisión Europea.

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos do Ministerio de Medio Ambiente e Medio Rural e Mariño (MARM) e da Xunta de Galicia.

Táboa 3.- Situación das denominacións xeográficas de calidade dos viños galegos (outubro de 2010)

DOP/IXP	CREACIÓN	ORDE XUNTA DE GALICIA	DOG	REGULAMENTO VIXENTE	
				Orde ministerial	BOE
DOP Monterrei	03/12/92	25/11/94	04/01/95	19/01/96	03/02/96
DOP Rías Baixas	17/03/88	23/10/96	29/10/96	11/09/97	25/09/97
		09/07/97	28/07/97		
		04/08/99	10/08/99		
		24/05/00	25/05/00		
DOP Ribeira Sacra	30/05/95	03/09/96	11/09/96	11/09/97	25/09/97
		29/08/02	11/09/02		
		14/07/06	21/07/06		
DOP Ribeiro	08/09/32	02/02/76	24/02/76	02/02/76	24/02/76
		19/04/04	28/04/04	APA/2526/04	28/07/04
DOP Valdeorras	27/07/45	02/02/00	18/02/00	24/02/77	01/04/77
		07/03/05	18/03/05	09/05/00	18/05/00
				APA/2498/05	01/08/05
IXP Barbanza e Iria	11/12/06	11/12/06	18/12/06	25/04/07	22/05/07
		28/04/08	09/05/08	24/10/08	13/11/08
IXP Betanzos	08/11/00	08/11/00	20/11/00		
		22/02/01	28/03/01		
		21/12/06	03/01/07		
		28/04/08	09/05/08		
IXP Val do Miño-Ourense	15/07/87	15/07/87	21/08/87		
		28/04/08	09/05/08		

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos do MARM e da Xunta de Galicia.

Táboa 4.- Situación das denominacións xeográficas de calidade das bebidas espirituosas galegas (outubro de 2010)

CATEGORÍA DE PRODUCTO	INDICACIÓN XEOGRÁFICA	CREACIÓN	ORDE XUNTA DE GALICIA	DOG	REGULAMENTO VIXENTE	
					Orde ministerial	BOE
Augardentes de bagazo de uva	IX Augardente de Galicia	05/05/89	15/02/99	01/03/99	21/06/01 20/07/05	11/07/01 15/08/05
Licores	IX Licor Café de Galicia IX Licor de Herbas de Galicia		04/05/01 08/09/04	15/05/01 04/10/04		
Bebidas espirituosas	IX Augardente de Herbas de Galicia		22/02/05	02/03/05		

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos do MARM e da Xunta de Galicia.

4. IMPORTANCIA ECONÓMICA E EVOLUCIÓN DAS DENOMINACIÓNS XEOGRÁFICAS DE CALIDADE GALEGAS

Unha vez presentadas as distintas denominacións xeográficas de calidade que existen en Galicia, analízase a súa produción, importancia económica e evolución. No caso dos produtos agroalimentarios distintos do viño e das bebidas espirituosas só se inclúen dez DOP/IXP das dezaioito que existen, pois das oito restantes (Castaña de Galicia, Grelos de Galicia, Pemento de Arnoia, Pemento de Herbón, Pemento do Couto, Pemento de Oímbra, Tarta de Santiago e Mexillón de Galicia) aínda non existen datos publicados debido á súa recente creación. Como pode observarse na táboa 5, o volume total comercializado baixo unha DOP/IXP galega aproximouse no ano 2008 ás 32 toneladas, e supuxo unha facturación estimada de máis de 117 millóns de euros. Cómpre destacar a importancia da IXP Tenreira Galega cun 62,48% do valor económico total alcanzado en Galicia, seguida a unha gran distancia pola DOP Queixo Tetilla (13,86%) e pola DOP Arzúa-Ulloa (13,05%).

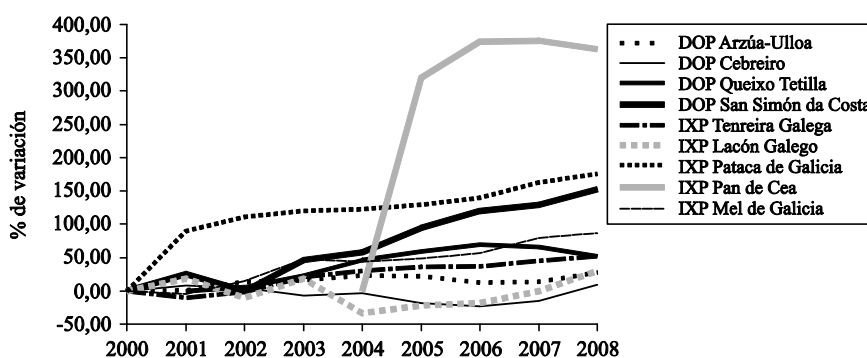
Táboa 5.- Produtos agrícolas e alimenticios galegos con DOP ou con IXP (2008)

CATEGORÍA	DOP/IXP	VOLUME TOTAL COMERCIALIZADO		VALOR ECONÓMICO ESTIMADO	
		Quilogramos	%	Euros	%
Queixos	DOP Arzúa-Ulloa	2.499.952	7,85	15.290.000	13,05
	DOP Cebreiro	28.613	0,09	200.000	0,17
	DOP Queixo Tetilla	2.603.000	8,17	16.240.000	13,86
	DOP San Simón da Costa	303.890	0,95	2.370.000	2,02
Carnes frescas	IXP Tenreira Galega	16.913.000	53,09	73.230.000	62,48
Outros produtos cárnicos	IXP Lacón Galego	34.160	0,11	146.792	0,13
Hortalizas	IXP Pataca de Galicia	7.004.432	21,99	7.000.000	5,97
Legumes	IXP Faba de Lourenzá	1.800.000	5,65	200.000	0,17
Produtos de panadería	IXP Pan de Cea	355.870	1,12	640.000	0,55
Meles	IXP Mel de Galicia	314.832	0,99	1.890.000	1,61
	TOTAL	31.857.749	100,00	117.206.792	100,00

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos do MARM e da Consellería do Medio Rural da Xunta de Galicia.

Na gráfica 1 analízase a evolución que experimentou a produción dos produtos agroalimentarios con DOP e con IXP no período 2000-2008. No eixe de ordenadas represéntase a porcentaxe de variación experimentada tomando como base de comparación o ano 2000, agás para a DOP Queixo Tetilla, que parte do ano 2001 e para a IXP Pan de Cea que parte do ano 2004. Aínda que en todas as DOP/IXP galegas analizadas se produciu un incremento da produción desde o ano 2000, o crecemento foi moi desigual. O maior aumento produciuse na IXP Pan de Cea, que case quintuplicou a súa produción en tan só cinco anos. Séguenlle a IXP San Simón da Costa, cun crecemento do 152,90%, a IXP Mel de Galicia (86,39%), a IXP Pataca de Galicia (75,10%), a IXP Tenreira Galega (51,67%) e a DOP Queixo Tetilla (51,34%). Os crecementos máis discretos son os da IXP Lacón Galego (29,63%) e as DOP Arzúa-Ulloa (27,54%) e Cebreiro (8,85%). Con excepción da IXP Lacón Galego e da DOP Queixo Cebreiro, que evolucionaron de forma irregular ao longo deste período, o incremento que experimentaron as denominacións xeográficas de calidade foi continuado.

Gráfica 1.- Evolución da produción de produtos agrícolas e alimenticios galegos con DOP ou con IXP



FONTE: Elaboración propia a partir dos datos da Consellería do Medio Rural da Xunta de Galicia.

No ano 2008 a produción de viño galego con DOP superou os 214.000 hectolitros, cun valor económico estimado de máis de 118 millóns de euros (táboa 6). Destaca a grande importancia lograda pola DOP Rías Baixas que, con apenas vinte anos de antigüidade, acolle o 39,16% da superficie inscrita e o 37,04% dos viticultores asociados a algunha DOP galega, achegando o 44,35% da produción e o 69,34% do valor económico estimado total. Séguenlle en importancia a DOP Ribeiro, cun 25,62% da produción e cun 9,70% do valor económico total, e a DOP Valdeorras, cun 16,45% da produción e cun 10,43% do valor económico total.

Na gráfica 2 móstrase a evolución experimentada pola produción dos viños galegos cualificados con DOP desde a campaña 2000-2001 ata a campaña 2007-2008, representándose no eixe de ordenadas a porcentaxe de variación e tomando como

base de comparación a campaña 2000-2001⁴. A evolución das DOP foi moi dispar. A DOP Rías Baixas é a que presenta un mellor comportamento ata a campaña 2006-2007, cun incremento do 261,53%, aínda que na campaña 2007-2008 sufriu un descenso na súa produción do 40,25%. Pola súa parte, a DOP Monterrei acumula un incremento do 183,74%, cun acusado despegue nas dúas últimas campañas; a produción da DOP Ribeira Sacra aumentou un 43,77%, e a DOP Valdeorras acumula un crecemento do 24,51%. Porén, a DOP Ribeiro presenta unha tendencia decrecente, posto que desde a campaña 2000-2001 reduciu a súa produción un 45%.

Táboa 6.- Viños galegos con DOP (Campaña 2007-2008)

DENOMINACIÓN DE ORIXE PROTExIDA	SUPERFICIE INSCRITA (hectáreas)	VITICULTORES	INDUSTRIAS	PRODUCCIÓN VIÑO CUALIFICADO		VALOR ECONÓMICO ESTIMADO	
				Hectolitros	%	Euros	%
DOP Monterrei	370	328	23	7.661	3,57	3.363.450	2,83
DOP Rías Baixas	3.646	6.577	201	95.243	44,35	82.431.006	69,34
DOP Ribeira Sacra	1.222	2.870	98	21.504	10,01	9.157.759	7,70
DOP Ribeiro	2.731	6.022	119	55.026	25,62	11.525.550	9,70
DOP Valdeorras	1.341	1.961	41	35.320	16,45	12.395.315	10,43
TOTAL	9.310	17.758	482	214.754	100,00	118.873.080	100,00

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos do MARM.

Gráfica 2.- Evolución da produción dos viños galegos con denominación de orixe



FONTE: Elaboración propia a partir de datos da Consellería do Medio Rural da Xunta de Galicia.

Por último, a produción en Galicia de bebidas espirituosas con indicación xeográfica superou no ano 2008 os 3.400 hectolitros e os 4 millóns de euros (táboa 7),

⁴ Nos informes do MARM dispoñibles ata a data –o último corresponde á campaña 2007-2008– só se recollen datos dos VCPRD. Os viños actualmente recoñecidos cunha IXP non aparecen nestes informes, porque ata o ano 2009 estaban catalogados como viños de mesa e recoñecidos a nivel nacional como *viños da terra con indicación xeográfica*.

concentrando dúas delas –IX Oruxo de Galicia e IX Licor Café de Galicia– máis do 84% da produción e do valor económico total.

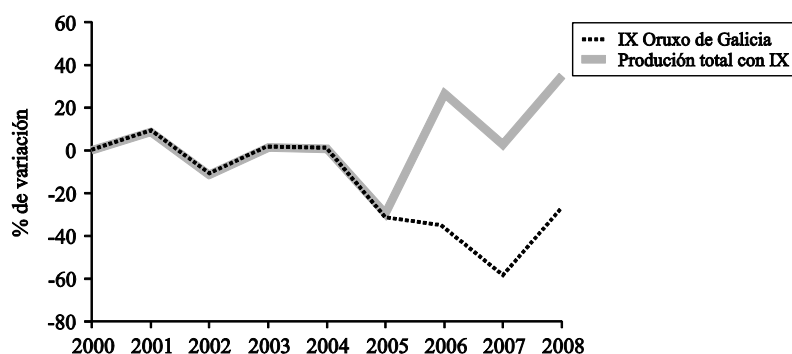
Táboa 7.- Bebidas espirituosas galegas con IX (2008)

CATEGORÍA	INDICACIÓN XEOGRÁFICA	PRODUCCIÓN CUALIFICADA		VALOR ECONÓMICO ESTIMADO	
		Litros	%	Euros	%
Augardentes de bagazo de uva	IX Augardente de Galicia	184.127	54,10	2.209.524	54,05
Licores	IX Licor Café de Galicia	104.972	30,84	1.259.664	30,82
	IX Licor de Herbas de Galicia	49.474	14,54	593.688	14,52
Bebidas espirituosas	IX Augardente de Herbas de Galicia	1.782	0,52	24.948	0,61
	TOTAL	340.355	100,00	4.087.824	100,00

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos da Consellería do Medio Rural da Xunta de Galicia.

Na gráfica 3 móstrase a evolución da produción da IX Oruxo de Galicia e do total de bebidas espirituosas galegas con IX. No período 2000-2004 a produción da IX Oruxo de Galicia presenta unha lixeira tendencia decrecente que se volve máis acusada entre os anos 2005 e 2008. Porén, a produción total de bebidas espirituosas galegas amparadas pola IX mostra unha tendencia crecente cun incremento medio anual do 63,86% (táboa 8). Isto é debido ao recoñecemento no ano 2005 das IX Licor Café de Galicia, IX Licor de Herbas de Galicia e IX Augardente de Herbas de Galicia, que se obteñen a partir da augardente amparada pola IX Oruxo de Galicia, polo que parte da produción desta IX pasa a comercializarse baixo o amparo das novas figuras. Neste sentido, destaca o espectacular crecemento da IX Licor Café de Galicia entre os anos 2005 e 2008, xa que multiplica por máis de sesenta a súa produción e pasa de representar un 9,65% do total de bebidas espirituosas con IX no ano 2005 a un 30,84% do total no ano 2008 (táboa 8).

Gráfica 3.- Evolución da produción das bebidas espirituosas galegas con IX



FONTE: Elaboración propia a partir dos datos do MARM e da Consellería do Medio Rural da Xunta de Galicia.

Táboa 8.- Evolución da produción das bebidas espirituosas galegas con IX (en litros)

INDICACIÓN XEOGRÁFICA	2005	2006	2007	2008
IX Oruxo de Galicia	173.362	163.254	105.186	184.127
IX Licor Café de Galicia	1.715	34.125	34.947	104.972
IX Licor de Herbas de Galicia	2.358	120.237	116.215	49.474
IX Augardente de Herbas de Galicia	220	2.050	2.830	1.782
TOTAL	177.655	319.666	259.178	340.355

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos da Consellería do Medio Rural da Xunta de Galicia.

5. ANÁLISE COMPARATIVA A NIVEL NACIONAL E GRAO DE PENETRACIÓN NOS MERCADOS EXTERIORES

A continuación realízase unha análise da situación das denominacións xeográficas de calidade galegas en España para coñecer a súa importancia no contexto nacional e o seu nivel de penetración nos mercados exteriores. De novo analízanse por separado os produtos agrícolas e alimenticios, os viños e as bebidas espirituosas. Os datos económicos utilizados son os últimos dispoñibles a nivel nacional e corresponden ao ano 2008 para os produtos agroalimentarios, á campaña 2007-2008 para os viños e ao ano 2005 para as bebidas espirituosas.

5.1. PRODUTOS AGRÍCOLAS E ALIMENTICIOS

Segundo os últimos datos publicados, que corresponden ao ano 2008, comercializáronse máis de 650 toneladas de produtos agrícolas e alimenticios amparados baixo algunha das cento cincuenta e unha DOP/IXP españolas, e alcanzaron no mercado un valor próximo aos mil millóns de euros (táboa 9). As quince denominacións galegas existentes nese momento, que representaban un 10% do total, supuxeron un 4,85% do volume comercializado total e un 11,83% do valor económico total. Con todo, para comprender mellor a situación das denominacións galegas no contexto nacional é necesario levar a cabo unha análise por categoría de produto. Este realizarase unicamente para aquelas denominacións galegas para as que existen datos dispoñibles do ano 2008.

No ano 2008 existen en España vinte e cinco queixos recoñecidos cunha denominación xeográfica de calidade (vinte e catro DOP e unha IXP), dos que catro son galegos. Case o 80% do volume comercializado total concéntrase en catro denominacións: DOP Queso Manchego (41,94%), DOP Queixo Tetilla (13,09%), DOP Arzúa-Ulloa (12,32%) e DOP Maón-Menorca (11,25%). As vinte e unha denominacións restantes repártense pouco máis do 20% do volume comercializado total, o que dá idea do seu tamaño relativo. Entre elas están as outras dúas denominacións galegas: a DOP San Simón da Costa (1,53%) e a DOP Cebreiro (0,14%).

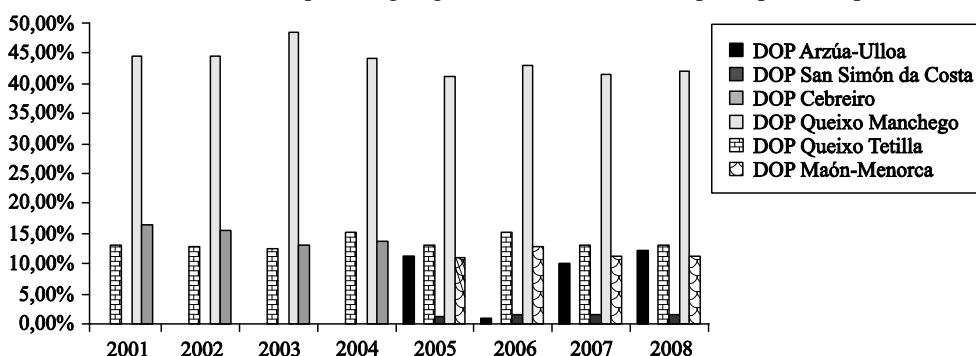
Táboa 9.- Produtos agroalimentarios con DOP/IXP en España (2008)

CATEGORÍA	VOLUME COMERCIALIZADO (en toneladas)				VALOR ECONÓMICO ESTIMADO (en millóns de euros)			
	Nacional	UE	Terceiros	Total	Nacional	UE	Terceiros	Total
Aceites de oliva virxe	24.233	2.390	873	27.496	88,36	8,94	3,42	101,19
Arroces	22.734	261.470	170.620	454.824	15,43	0,21	0,28	15,92
Cárnicos (1)	39.404	433	15	39.851	177,47	2,78	0,05	180,30
Condimentos e especias	1.243	56	17	1.316	5,66	0,60	0,28	6,54
Froitas	45.497	27.411	152	73.060	46,30	15,39	79,32	141,01
Hortalizas	18.008	662	48	18.718	58,62	9,33	0,84	68,79
Xamóns	2.164	2.164	2.164	6.491	114,68	3,26	1,58	127,05
Legumes	694	0	0	694	2,65	0,00	0,00	2,65
Manteigas	482	0	13	495	2,85	0,00	0,07	2,92
Meles	424	0	0	424	2,98	0,00	0,01	2,99
Panadería, pastelería e repost.	8.816	320	536	9.672	85,04	0,38	5,16	90,58
Peixes e moluscos	2.290	560	90	2.940	66,58	14,62	2,87	84,07
Queixos	14.407	2.619	2.862	19.888	116,53	23,97	25,44	165,94
Sidras	465	0	0	465	0,94	0,00	0,00	0,94
TOTAL	180.860	298.085	177.390	656.335	784,09	79,48	119,32	990,89

(1) Inclúe carnes frescas, embutidos e outros produtos cárnicos, agás xamóns.

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos do MARM.

Na gráfica 4 recóllese a evolución das denominacións galegas dos queixos e dos seus principais competidores entre os anos 2001 e 2008. Durante todo o período analizado o líder indiscutible é a DOP Queso Manchego, que se mantén cunha cota de mercado superior ao 40%. No período 2001-2003 a segunda posición ocúpaa a DOP Maón-Mallorca e a terceira posición a DOP Queixo Tetilla. Desde o ano 2004 a DOP Queixo Tetilla consegue ascender á segunda posición, aínda que a considerable distancia do líder do sector. Tamén cómpre comentar a espectacular evolución da DOP Arzúa-Ulloa que nos anos 2005 e 2008 ocupa a terceira posición, por diante da DOP Maón.

Gráfica 4.- Evolución dos queixos galegos con DOP e dos seus principais competidores

FONTE: Elaboración propia a partir dos datos do MARM.

No ano 2008 as exportacións de queixo con denominación xeográfica de calidade supuxeron o 27,56% do volume total comercializado. O 41,94% das exportacións concentráronse na DOP Queso Manchego e o 8,15% na DOP Maón-Menorca. As exportacións de queixos galegos só supuxeron un 2,73% do total. Cómpre destacar a orientación exportadora da DOP San Simón da Costa, que no período 2005-2007 vendeu no exterior un 10% do volume comercializado e no ano 2008 o 25%.

A IXP Tenreira Galega encádrase na categoría de “produtos cárnicos”, e máis concretamente na de carnes frescas. No ano 2008 comercializou o 46,72% do total desta categoría, cun 47,63% do valor económico total. No período 2001-2008 foi líder indiscutible do sector con cotas de mercado por volume comercializado que non baixaron do 45%. Séguenlle a gran distancia a IXP Ternera Asturiana e a IXP Carne de Vacuno del País Vasco, cun 12,00% e cun 11,55% do volume comercializado total, respectivamente.

A práctica totalidade das carnes frescas con denominación xeográfica comercialízanse no mercado interior pola natureza perecedeira do produto. No período 2001-2008 as exportacións varían entre o 0,47% e o 1,50% do total e correspóndense en gran medida coas exportacións que realiza a IXP Tenreira Galega que, segundo os anos, exporta entre o 1% e o 2% do volume total comercializado.

A IXP Lacón Galego é a única denominación xeográfica para este tipo de produto. Porén, para os efectos estatísticos agrúpase xunto á IXP Cecina de León na categoría “outros produtos cárnicos”. Aínda así, dada a súa diferente natureza, pode dicirse que non compiten directamente malia estar encadrados na mesma categoría de produto. No período 2001-2004 as súas vendas presentan unha tendencia decrecente, aínda que a partir do ano 2005 comezan a recuperarse ata superar no ano 2008 as vendas do ano 2001. Todas se realizan no mercado nacional.

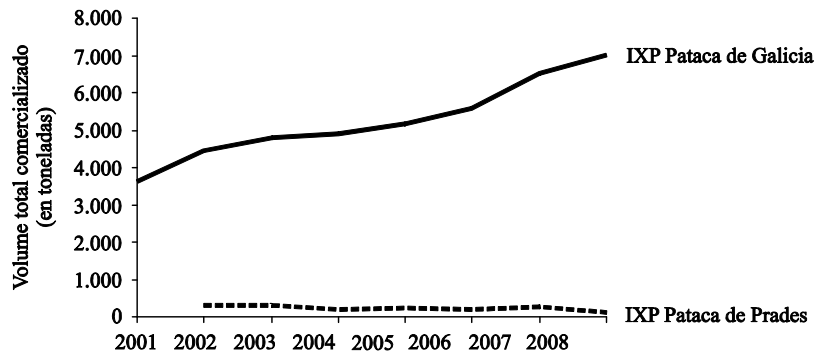
A IXP Pataca de Galicia encádrase na categoría “hortalizas”. Das vinte DOP/IXP desta categoría, no ano 2008 esta IXP ocupa o primeiro posto por volume comercializado (37,42% do total) e o segundo posto por valor económico xerado (10,16% do total), por detrás da IXP Espárrago de Navarra (66,64%). Con todo, é necesario realizar unha análise máis detallada da súa situación, pois a categoría “hortalizas” inclúe produtos tan diversos como as patacas, os pementos, os espárragos, as chufas ou os allos, cuxo peso e prezo unitario é moi diferente.

A IXP Pataca de Galicia e a IXP Patata de Prades son as dúas únicas patacas españolas cuxa calidade está protexida cunha denominación xeográfica de calidade. Como pode observarse na gráfica 5, o volume comercializado pola IXP Pataca de Galicia supón máis do 90% do total de patacas con denominación xeográfica de calidade, duplicándose entre os anos 2001 e 2008. Toda a produción se destina ao mercado nacional.

A IXP Faba de Lourenzá encádrase na categoría das “legumes” xunto a sete denominacións xeográficas de calidade máis. O seu principal competidor é a IXP Faba Asturiana, que no ano 2008 alcanzou o 35,75% do valor económico total con só

o 11,38% do volume total comercializado. Neste ano, a IXP Faba de Lourenzá comercializou unicamente o 0,26% do total da categoría, e o seu valor económico foi o 0,75% do total, aínda que este era o primeiro ano en que se comercializaba.

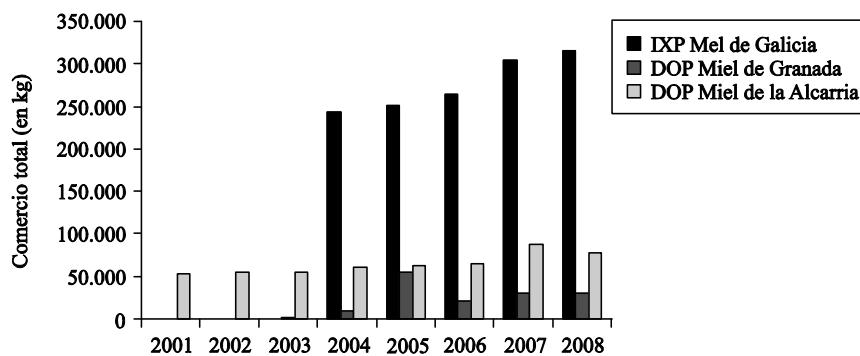
Gráfica 5.- Evolución das patacas con denominación xeográfica de calidade



FONTE: Elaboración propia a partir dos datos do MARM.

Na categoría dos meles existen tres con denominación xeográfica de calidade: a IXP Mel de Galicia, a DOP Miel de Granada e a DOP Miel de la Alcarria. Desde o seu recoñecemento a nivel nacional no ano 2004, a IXP Mel de Galicia lidera o sector con cotas de mercado en continuo crecemento, ata alcanzar o 74,25% do total comercializado no ano 2008 (gráfica 6). Unicamente a DOP Miel de la Alcarria exporta esporadicamente pequenas cantidades.

Gráfica 6.- Evolución dos meles con denominación xeográfica de calidade



FONTE: Elaboración propia a partir dos datos do MARM.

Por último, a IXP Pan de Cea encádrase na categoría de “produtos de panadería, pastelería e repostería” xunto a produtos tan diferentes como o turrón ou o maza-pán. Desde o seu recoñecemento a nivel nacional no ano 2004, a súa produción

quintuplicouse, pasando de supoñer un 0,15% do valor económico total da categoría a un 0,68%. Desde o ano 2007 existe un competidor directo –a IXP Pan de Cruz de Ciudad Real–, que non alcanza o 10% do volume comercializado de pan con denominación xeográfica de calidade. Toda a produción se vende no mercado interior debido á natureza perecedoira do produto.

5.2. VIÑOS

Na campaña 2007-2008 existían en España setenta e un VCPRD que comercializaron máis de 11 millóns de hectolitros, sendo o tipo de viño máis importante o tinto (51,17% do total), seguido do branco (16,15%) e do espumoso (15,22%). Os cinco VCPRD galegos, que venderon 283.415 hectolitros, só producen brancos (40,80% do total) e tintos (59,20% do total). Este volume supón un 2,54% do total español, un 13,08% dos brancos e un 0,83% dos tintos.

Dentro dos viños brancos destaca a DOP Rías Baixas, co 9,26% do total nacional, ocupando o cuarto posto tras a DOP Rueda (19,42%), a DOP La Mancha (11,24%) e a DOP Valencia (10,97%). No mercado interior ocupa a segunda posición, cunha cota de mercado do 10,71%, tras a DOP Rueda (23,38%). Por outra parte, a DOP Ribeiro comercializou o 2,72% do total dos viños brancos españois e o 3,84% do viño branco vendido no mercado interior. Pola súa parte, a DOP Valdeorras supón o 0,80% do total de España e o 1,05% do mercado interior.

Na categoría de viños tintos, a DOP Rioja concentra o 41,90% do total comercializado, seguida das DOP Ribera del Duero (9,25%) e Valdeorras (7,03%). Entre as denominacións xeográficas galegas, a de maior presenza é a DOP Valdeorras, cun 0,37% do total de viño tinto e cun 0,59% do mercado interior. Séguelle a escasa distancia a DOP Ribeira Sacra, cun 0,34% do total do tinto comercializado e cun 0,54% do mercado interior.

O grao de internacionalización dos viños españois é elevado, posto que o 42,09% do viño comercializado na campaña 2007-2008 se vendeu fóra de España. Dentro do total de exportacións, os viños galegos supuxeron o 0,79% do total, concentrando o 0,71% a DOP Rías Baixas.

As cinco DOP galegas venderon no exterior o 13,12% do total comercializado, sendo a DOP Rías Baixas a que alcanza maior grao de internacionalización, xa que comercializou fóra de España o 19,72% do seu volume total, seguida das DOP Monterrei e Valdeorras, cun 17,69% e cun 4,30% respectivamente.

No caso dos viños brancos, a DOP Rías Baixas ocupa o sexto lugar a nivel nacional no mercado exterior, cun 5,88% do total. Se se ten en conta unicamente o viño branco embotellado, as exportacións desta denominación supoñen un 7,91% do total español, subindo ata o quinto lugar. O 75% das súas exportacións diríxense a países de fóra da Unión Europea, concentrando Estados Unidos o 76,18% do total. Pola súa parte, os principais destinos das exportacións a países da Unión Europea son Reino Unido e Alemaña, cun 41,32% e cun 25,29% respectivamente.

As exportacións de viños tintos galegos é testemuñal, pois apenas 278 hectolitros da DOP Valdeorras, 206 hectolitros da DOP Monterrei e 80 hectolitros da DOP Ribeira Sacra se comercializaron fóra de España.

5.3. BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Actualmente existen en España dezaseis indicacións xeográficas repartidas entre oito comunidades autónomas: catro en Galicia, catro na Comunidade Valenciana, tres nas Illas Baleares e unha en Andalucía, Madrid, Canarias, Cataluña e a Comunidade Foral de Navarra (táboa 10). O volume total comercializado no ano 2005 está próximo aos 550.000 hectolitros, cun valor económico total de máis de 364 millóns de euros. A IX Brandy de Jerez concentra o 81,07% do volume comercializado e o 85,84% do valor económico xerado. Agás a IX Pacharán Navarro, que achega o 10,68% do volume comercializado, ningunha das restantes indicacións xeográficas alcanza o 2% do total. As catro IX galegas supoñen un 0,33% do volume comercializado total e un 0,59% sobre o valor económico total.

Táboa 10.- Bebidas espirituosas con IX en España (2005)

CATEGORÍA	DENOMINACIÓN XEOGRÁFICA	ELAB.	COMERCIO (en litros)			VALOR ECONÓMICO (en euros)		
			Interior	Exterior	Total	Interior	Exterior	Total
Brandy	Brandy de Jerez	33	26.491.000	17.830.000	44.321.000	263.943.000	48.610.000	312.553.000
Aguardentes de bagazo de uva	Oruxo de Galicia	39	172.000	1.360	173.360	2.084.587	16.481	2.101.068
Bebidas espirit. de uva	Pacharán Navarro	5	5.824.660	13.410	5.838.070	34.947.984	80.430	35.028.414
Bebidas espirit. anisadas	Chinchón	1	1.131.850	172.660	1.304.510	4.822.898	489.459	5.312.357
	Hierbas de Mallorca	8	994.300	187.600	1.181.900	5.338.091	1.007.030	6.345.121
	Hierbas Ibicencas	3	262.020	35.170	297.190	1.722.562	231.240	1.953.802
	Anís Paloma de Monforte del Cid	4	396.840	5.690	402.530	ND	ND	ND
Licores	Cantueso Alicante	3	189.300	0	189.300	ND	0	ND
	Licor Café de Galicia	39	1.700	0	1.700	20.500	0	20.580
	Licor de Herbas de Galicia	39	2.400	0	2.400	28.296	0	28.296
	Palo de Mallorca	8	23.040	1.960	25.000	650.377	13.413	663.790
	Ratafía Catalana	2	97.030	0	97.030	120.000	0	120.000
Outras bebidas espirituosas	Aguardente de Herbas de Galicia	39	2.400	0	2.400	3.080	0	3.080
	Aperitivo Café de Alcoy	4	810.900	0	810.900	ND	0	ND
	Herbero de la Sierra de Mariola	2	21.400	0	21.400	ND	0	ND
Total Galicia			178.500	1.360	179.860	359.720	540.940	2.153.024
Total España			36.420.840	18.247.850	54.668.690	313.681.375	50.448.053	364.129.508
% Galicia sobre España			0,49%	0,01%	0,33%	0,11%	1,07%	0,59%

NOTA: ND: Non dispoñible.

FONTE: Elaboración propia a partir de datos do MARM.

Realizando unha análise por categoría de produto, a única augardente de bagazo de uva con denominación xeográfica de calidade é a IX Oruxo de Galicia. Como se comentou anteriormente, no período 2000-2004 o volume comercializado presenta unha lixeira tendencia decrecente que se volve máis acusada entre os anos 2005 e 2008 debido á creación no ano 2005 de tres novas IX –Licor Café de Galicia, Licor de Herbas de Galicia e Augardente de Herbas de Galicia–, que se obteñen a partir da augardente amparada pola IX Oruxo de Galicia.

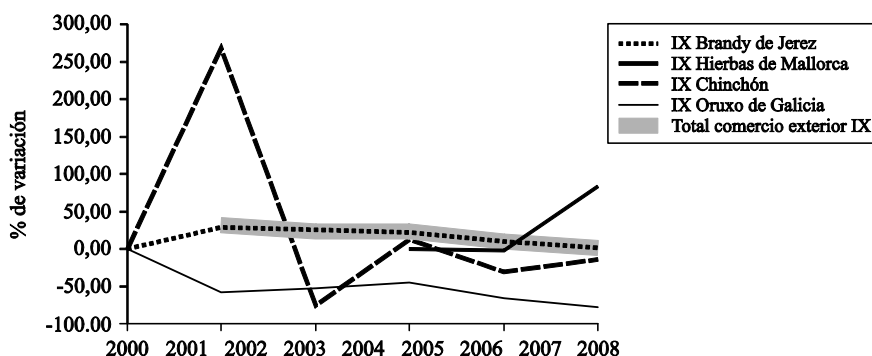
Por outra parte, dentro da categoría “licores”, no ano 2005 a IX Cantueso Alcantino concentra o 60% do volume comercializado, seguida da IX Ratafía Catalana (cun 30,76%) e da IX Palo de Mallorca (cun 7,93%). As IX galegas –IX Licor de Herbas de Galicia e IX Licor Café de Galicia– supoñían apenas o 0,75% e o 0,54% do total, aínda que debe terse en conta que este foi o seu primeiro ano de comercialización.

Por último, a IX Augardente de Herbas de Galicia representaba no ano 2005 o 0,03% do volume total comercializado na categoría “outras bebidas espirituosas”, liderada contundentemente pola IX Aperitivo Café de Alcoy, cun 97,40% do volume comercializado.

O grao de internacionalización das bebidas espirituosas con IX é considerable, pois o 33,38% do volume total comercializado no ano 2005 tivo como destino o estranxeiro. O líder indiscutible é a IX Brandy de Jerez, que no ano 2005 exportou 178.300 hectolitros (40,22% do total comercializado), o que supón un 97,71% das exportacións totais. Outras dúas bebidas espirituosas –IX Hierbas de Mallorca e IX Chinchón– teñen unhas exportacións próximas ao 1% do total.

Na gráfica 7 reflíctese a evolución entre os anos 2000 e 2005 do comercio exterior total das bebidas espirituosas destas tres IX e da IX Oruxo de Galicia, que é a única IX galega que exportou neste período. Como cabería esperar, a IX Brandy de Jerez marca a tendencia xeral do comercio exterior, que presenta un lixeiro descenso no período 2001-2005.

Gráfica 7.- Evolución do comercio exterior das bebidas espirituosas



FONTE: Elaboración propia a partir dos datos do MARM.

6. CONCLUSIÓNS

As denominacións xeográficas de calidade son cada vez máis utilizadas nos produtos agroalimentarios, tanto en España coma en Galicia. A Comunidade galega ten unha estimable representación dentro do panorama nacional, cun total de trinta produtos con denominacións xeográficas de calidade, mostrando nos últimos anos un importante dinamismo.

No panorama nacional destacan as IXP Tenreira Galega, Mel de Galicia, Pataca de Galicia e Pan de Cea, que son líderes por volume comercializado nas súas respectivas categorías de produto: “carnes frescas”, “mel”, “patacas” e “pan”. A análise da evolución que experimentaron as denominacións xeográficas de calidade galegas permite concluír que, aínda que foi moi heteroxéneo, na maioría dos casos se produciu unha tendencia crecente na súa produción, o que parece poñer de manifesto os beneficios derivados da súa aplicación. Ademais, se os produtores se esforzan por obter as denominacións xeográficas de calidade para os seus produtos, como así o demostran as numerosas solicitudes cursadas nos últimos anos, é porque esperan atopar beneficios asociados ao maior prezo que poden obter, derivado fundamentalmente da garantía de calidade que supoñen estas figuras, o que se pode converter nun importante factor de competitividade.

Por último, cómpre comentar que o nivel de internacionalización dos produtos con denominación xeográfica de calidade galegos é moi dispar, destacando os queixos da DOP San Simón da Costa, o viño branco da DOP Rías Baixas e a IX Oruxo de Galicia. As exportacións dos produtos agroalimentarios destínanse na súa gran maioría aos países da Unión Europea, e as de viño branco concéntranse en Estados Unidos. Neste sentido, as denominacións xeográficas de calidade galegas deberían encarar a expansión internacional como unha interesante posibilidade de crecemento que lles permitiría evitar as difíciles condicións de comercialización que fixan as grandes distribuidoras en España. Así mesmo, esta estratexia de comercialización axudaría ás denominacións xeográficas de calidade galegas a sortear as dificultades que xorden para competir con outras denominacións de calidade máis asentadas no mercado español.

BIBLIOGRAFÍA

- AUER, A. (2006): “Legal Implications of Accession to the European Union on Geographical Indications and Designations of Origin for Agricultural Products and Foodstuffs”, *Croatian Yearbook of European Law and Policy*, 2, pp. 137-172.
- BARCO ROYO, E. (2007): “Denominaciones de origen: la incidencia de la localización y deslocalización”, *Distribución y Consumo*, (noviembre-diciembre), pp. 27-39.
- CÁCERES CLAVERO, F.; CRUZ GÓMEZ, J.C.; RODRÍGUEZ OCAÑA, A.; RUBIO PÉREZ, L.A. (2004): “Calidad agroalimentaria y denominaciones de origen”, *Cuadernos La Tierra*, 3 (diciembre), pp. 6-16.

- ESPAÑA. MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (MAPA) (2006a): *Datos de las bebidas espirituosas con denominación geográfica. Año 2005*. Madrid: MAPA, Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación.
- ESPAÑA. MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (MAPA) (2006b): *Hechos y cifras de la agricultura, la pesca y la alimentación en España*. 8ª ed. Madrid: MAPA.
- ESPAÑA. MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (MARM) (2009): *Datos de los vinos de calidad producidos en regiones determinadas. Campaña 2007-2008*. Madrid: MARM, Dirección General de Industria y Mercados Alimentarios.
- ESPAÑA. MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (MARM) (2009): *Datos de las denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones geográficas protegidas (IGP) de productos agroalimentarios*. Madrid: MARM, Dirección General de Industria y Mercados Alimentarios.
- FANDOS, C.; FLAVIÁN, C. (2006): "Intrinsic and Extrinsic Quality Attributes, Loyalty and Buying Intention: An Analysis for a PDO Product", *British Food Journal*, 180 (8), pp. 646-662.
- FERNÁNDEZ BARCALA, M.; GONZÁLEZ DÍAZ, M. (2001): "Los indicadores geográficos como garantía de calidad: organización y perspectivas en el sector agroalimentario", *Revista Asturiana de Economía*, 22, pp. 27-46.
- GALDOS URRUTIA, R. (2004): "La intervención pública en la promoción de la calidad agroalimentaria: normativa comunitaria, española y vasca", *Investigaciones Geográficas*, 34, pp. 47-62.
- GARCÍA GALÁN, M.M.; CHAMORRO MERA, A.; VALERO AMARO, V. (2006): "Las denominaciones de origen en Extremadura: una apuesta por la calidad", *Boletín Económico del ICE*, 2889, pp. 55-64.
- GRUNERT, K.G.; BAADSGAARD, A.; LARSEN, H.N.; MADSEN, T.K. (1996): *Market Orientation in Food and Agriculture*. London: Kluwer.
- JIMÉNEZ ZARCO, A.I. (2002): "¿Qué asocia el consumidor a la denominación de origen? La imagen como factor clave en la competitividad de las empresas agroalimentarias", *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario*, 6, pp. 147-163.
- LANGREO NAVARRO, A. (2004): "La posición de los productos con calidad diferencial en el sistema agroalimentario del siglo XXI", *Cuadernos La Tierra*, 3, pp. 24-30.
- MANTECA, V. (2004): "Procedimiento registral y consecuencias jurídicas de la denominación de origen protegida", *Distribución y Consumo*, (julio-agosto), pp. 42-44.
- MARTÍN CERDEÑO, V.J. (2006): "Denominaciones de origen: una revisión en el mercado alimentario español", *Distribución y Consumo*, (noviembre-diciembre), pp. 87-113.
- MARTÍN CERDEÑO, V.J. (2009): "Denominaciones de origen y de calidad diferenciada en el mercado alimentario español", *Distribución y Consumo*, (julio-agosto), pp. 89-103.
- MARTÍNEZ RUIZ, M.P.; JIMÉNEZ ZARCO, A.I. (2006): "La potenciación del origen en las estrategias de marketing de productos agroalimentarios. Objetivos, situación e implicaciones", *Boletín Económico del ICE*, 2880, pp. 13-29.
- OLSEN, S.O. (2002): "The Comparative Evaluation and the Relationship between Quality, Satisfaction and Repurchase Loyalty", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30 (3), pp. 240-249.
- POLO REDONDO, Y.; CAMBRA FIERRO, J. (2006): "Las denominaciones de origen vinícolas aragonesas en el contexto de los mercados de productos de calidad", *Boletín Económico del ICE*, 2872, pp. 35-47.

RODRÍGUEZ SANTOS, M.C.; CERVANTES BLANCO, M.; GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, A.M. (2007): “Implicación temporal con la denominación de origen en el proceso de decisión de compra de productos agroalimentarios”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 16 (3), pp. 149-166.

TALLARICO, G. (2000): “La construcción comunicativa de las denominaciones de origen: una aproximación al análisis del sector vitivinícola español”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 34, pp. 87-113.

YAGÜE, M.J.; JIMÉNEZ, A.I. (2002): “La denominación de origen en el desarrollo de estrategias de diferenciación: percepción y efectos de su utilización en las sociedades vinícolas de La Mancha y Valdepeñas”, *Revista de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 197, pp. 179-206.