



Programa de Doctorado en Ciencias y Tecnologías Agrarias,
Alimentarias, de los Recursos Naturales y de Desarrollo Rural

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Mention of Quality as an International Thesis

Ph. D. THESIS

Rural territorial development strategies
based on quality differentiation linked to
geographical origin: The case of the *Rural
Quality Mark* in Spain

Las estrategias de desarrollo rural
territorial basadas en diferenciación por
calidad ligada al origen: El caso de la
Marca Calidad Rural en España

TESIS DOCTORAL

Mención de Doctorado Internacional

Autora: **María Dolores Garrido García**
Directores: **Dr. Eduardo Ramos Real**
Dr. Francisco Amador Hidalgo

Feb. 2014



Calidad Rural

TITULO: *Las estrategias de desarrollo rural territorial basadas en diferenciación por calidad ligada al origen: el caso Marca Calidad Rural en España*

AUTOR: *María Dolores Garrido García*

© Edita: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba. 2014
Campus de Rabanales
Ctra. Nacional IV, Km. 396 A
14071 Córdoba

www.uco.es/publicaciones
publicaciones@uco.es



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Departamento de Economía, Sociología y Política Agraria

Programa de Doctorado en Ciencias y Tecnologías Agrarias,
Alimentarias, de los Recursos Naturales y de Desarrollo Rural (Plan 1998)

Mention of Quality as an International Thesis

Ph. D. THESIS

Rural territorial development strategies based on
quality differentiation linked to geographical
origin: The case of the *Rural Quality* Mark in
Spain

Las estrategias de desarrollo rural territorial
basadas en diferenciación por calidad ligada al
origen: El caso de la Marca *Calidad Rural* en
España

TESIS DOCTORAL

Mención de Doctorado Internacional

Autora: María Dolores Garrido García
Directores: Dr. Eduardo Ramos Real
Dr. Francisco Amador Hidalgo

Córdoba, Febrero de 2014



TÍTULO DE LA TESIS:

LAS ESTRATEGIAS DE DESARROLLO RURAL TERRITORIAL BASADAS EN LA DIFERENCIACIÓN POR CALIDAD LIGADA AL ORIGEN: EL CASO DE LA *MARCA CALIDAD RURAL* EN ESPAÑA.

Rural territorial development strategies based on quality differentiation linked to geographical origin: The case of the *Rural Quality Mark* in Spain.

Tesis que aspira a la **Mención de Doctorado Internacional**.

DOCTORANDO/A: MARÍA DOLORES GARRIDO GARCÍA

INFORME RAZONADO DE LOS DIRECTORES DE LA TESIS

(se hará mención a la evolución y desarrollo de la tesis, así como a trabajos y publicaciones derivados de la misma).

El trabajo de investigación que soporta la elaboración del documento de esta Tesis Doctoral es un trabajo científico original, riguroso, innovador y de calidad. (1) Es un trabajo científico por seguir estrictamente el protocolo del método científico: formulación de preguntas de investigación, formulación de hipótesis y objetivos, contrastación empírica y obtención de resultados, y extracción de conclusiones pertinentes al plan de investigación; (2) Es un trabajo original porque aborda un problema sobre el que no existen precedentes metodológicos conocidos para el análisis de lo que aquí se han llamado "sellos de segunda generación", ante esa carencia la investigación ha tenido que construir una metodología propia que ha sido validada por pruebas econométricas y por la opinión de informantes cualificados; (3) Se trata de un trabajo de investigación riguroso por encontrarse soportadas todas las conclusiones y afirmaciones por aportaciones previas de la literatura científica y/o por el trabajo empírico aplicado; (4) Puede calificarse de innovador tanto por el tema objeto de estudio como por los conceptos y herramientas que se han desarrollado en la investigación, y por la forma en que se da respuesta a necesidades reales de los sectores económicos y sociales implicados; (5) Finalmente, puede decirse que es un trabajo de investigación meritorio y de calidad por los resultados de los tests de validación de los modelos, por el alto grado de ajuste a la realidad de los resultados, y especialmente por su posibilidad de transferencia directa a la economía real. Los resultados de la Tesis se han presentado a dos congresos científicos (uno de ellos internacional), han dado lugar a la publicación de un artículo y dos libros, y en estos momentos se encuentra en evaluación por una revista ISI internacional un segundo artículo. La doctoranda pasó 5 meses de estancia en la Universidad de Pisa, como parte de los requisitos para la mención de Doctorado Internacional.

Por todo ello, se autoriza la presentación de la tesis doctoral.

Córdoba, 1 de Febrero de 2014

Firma de los directores

Fdo.: Eduardo Ramos Real

Fdo.: Francisco Amador Hidaigo

*Gracias, Mamá,
por confiar, ayudar y respetar,
sin preguntar ni dudar*

G R A C I A S

Una combinación de siete letras
que puede transmitir mucho o poco
en función de lo que sienta el que las pronuncia
y de la actitud que tenga el que las recibe
De ser un simple gesto de cortesía,
puede pasar a esconder una
mezcla de sentimientos innumerables

¡ G R A C I A S !

*..... a esa interminable lista de personas a las que debo, ellas y yo
sabemos que es así, la fuerza y el conocimiento para haber terminado
hoy este trabajo de investigación*

..... Cuando hace ya unos cuantos años asumí el reto de embarcarme una investigación sobre la que no existían precedentes metodológicos, por tratarse de un tema muy novedoso, nunca pensé que una de las cosas que más me iba a costar

hacer era precisamente esta página de agradecimientos. Pensaba que este tipo de cosas se hacían por una cuestión de mera cortesía. Sin embargo, hoy, no encuentro las palabras adecuadas para transmitir el profundo agradecimiento que os tengo, sí a todos vosotros. Los acontecimientos vividos en los últimos días han multiplicado al extremo esta situación.

No puedo empezar de otra forma que haciendo un guiño a mis compañeros de universidad. Durante los años que he estado trabajando en el Departamento de Economía Sociología y Política Agraria de la Universidad de Córdoba han sido tantas las cosas que he aprendido, y sobre todo, habéis sido tantas las personas de las que lo he aprendido, que la extensión de esta tesis, no sería suficiente para haceros justicia en este sentido. A mi director, Eduardo Ramos, y a la profesora Felisa Ceña, gracias de todo corazón por ser verdaderos maestros. También, gracias con la misma intensidad a Ana Cristina, Fernando, Rosa, Alfonso, Antonio, Tomás, Pedro, Mario, Elena, a cada uno de vosotros os podría dedicar unas líneas especiales. En un apartado destacado también está mi co-director, Francisco Amador, le debo valiosas sugerencias y aportaciones de todo tipo. No puedo olvidar el apoyo y flexibilidad del Idep para que pueda presentar esta tesis.

Continuando por el mundo universitario, debo expresar también mi más profundo agradecimiento a los colegas de la Universidad de Castilla la Mancha, Sebastián Castillo y M^a Carmen García. Gracias, por guiarme y darme apoyo en la aventura metodológica de la tesis. Tampoco me olvido de otros profesores e investigadores nacionales y de otros países que he podido conocer por motivos del Máster en Desarrollo Rural Territorial y/o por el desarrollo de algunas de las fases de la investigación de la tesis. He recibido valiosísimas ideas y consejos tanto para mi vida personal como profesional. Intento empezar la lista y ya veo que es imposible completarla, (sí, tú, también estás). Gracias, Eduardo, por darme la oportunidad de conocerlos e incorporarlos a mi agenda.

De las múltiples experiencias que atesoro de mi relación académica con la Universidad de Córdoba, quiero destacar aquí la *Ruta Rural*. Esta experiencia impagable y tan especial desde el punto de vista metodológico y humano ha sido para mi otra fuente de maduración personal y profesional. Gracias, Eduardo, por hacerme partícipe de este tipo de experiencias. Con los viajes de prácticas, al uso de las antiguas expediciones científicas de siglos pasados, me he ido encontrando

con compañeros de viaje que han iluminado muchas lagunas de conocimiento que yo pudiera tener. En este camino he compartido autobús y campo todos ellos, muchas gracias por esta estrecha convivencia y fluido intercambio de ideas y experiencias.

Cuando Sebastián Lozano, a quien quiero explícitamente dirigir el agradecimiento a todos los profesionales que trabajan en el Proyecto de la Marca de Calidad Territorial Europea, le planteó a Eduardo la posibilidad e iniciar una línea de colaboración en este proyecto ilusionante e inédito en España, nunca puede sospechar todo lo que eso iba a implicar en mi vida académica. La pasión y la inagotable fuente de ideas que salían de las cabezas de estos dos pensadores, Ramos y Lozano, para implantar y desarrollar en España una idea tan novedosa como una marca de segunda generación, me ha supuesto dos tipos de efectos muy estimulantes. El primero de ellos, el reto de enfrentarme e a una investigación sobre un tema nuevo que obligaba a hacer camino al andar, lo que siempre es estimulante pero a su vez alarga y hace más complejo el camino. Paralelamente, en el tránsito por ese camino he tenido la oportunidad de conocer una amplia variedad de territorios rurales y lista de actores territoriales, como técnicos, empresarios, alcaldes y muchos más. Nuevamente me es imposible recoger aquí una lista. Todos me han dejado una imborrable huella en las teclas de mi ordenador, gracias a las ideas que de forma directa o indirecta me han brindado para la tesis. Gracias, Eduardo, por abrirme el abanico de dinámicas rurales.

¿Cómo transmitir con palabras el enorme capital de intangibles que he ido acumulando en mi mente y en mi corazón durante todos estos años? Curiosamente, en esta tesis que ahora presento, lo intangible, ligado a la identidad de los territorios, es una parte esencial de lo que se he pretendido analizar y objetivar.

Gracias, Eduardo, por darme alas y enseñarme a volar, aunque a veces las haya empleado para irme por el camino que menos me convenía o no haya querido usarlas. Gracias por impedir que me estrellara. **Gracias, gracias, gracias.**

SUMMARY

Current processes of rural territorial development in the European Union seek to transform both production systems and institutions at the local level. But the real challenge facing rural areas is to ensure that these changes respond to the demands of European society. A possible response to such demands is to procure environmentally-sustainable and climate-friendly goods and services, which are closely linked to the local identity, understood in the broad sense of the term. Given the diversity of rural areas, however, these responses cannot and should not be of only one kind; rather each rural area should pursue the best strategy for leveraging their resources and local capacities to meet the challenges that lie ahead. Several authors have examined the importance and viability of rural development strategies based on differentiation. For these authors, the implementation and development of rural differentiation strategies are processes of “social construction” linked to different forms of collective action.

The European Commission and some Member States have actively promoted measures based on the differential quality of food and agricultural products for many years. These measures seek to exploit the commercial potential of quality products more effectively, regardless of the logic of global commodities markets. In a similar manner, origin-linked quality labels also aim to protect production systems and certain products based on their reputation and local roots. However, the ever increasing number of these quality labels has undermined and trivialized the initial goal of achieving differential quality, thus diminishing the commercial success of these products.

In response to the trivialization of origin-linked quality labels, some rural areas in several countries of the European Union have embarked on a trans-national project of cooperation: the European Territorial Quality Label (ETQM) registered under the name *Rural Quality* (*Calidad Rural* in Spanish). This project aims for the creation of an “umbrella” brand on a European scale in an effort to simplify the quality labels used to convey quality messages to consumers. The ETQM has been designed as the most visible part of a broader territorial rural development strategy based on quality differentiation, and as a tool to strengthen the capacity for collective action on the local scale. In other words, the *Rural Quality* label was born with the desire to strengthen and build links between the rural areas involved in the project and urban areas, and as a strategy to facilitate communication and participation among local stakeholders as a new form of rural-urban social engagement.

The research conducted for this Doctoral Thesis examines these problems and reviews the theoretical framework focusing on two main issues: the emergence of the territorial approach to rural development and development strategies based on differentiation. The description of the case study, the European Territorial Quality Mark (ETQM), is addressed in a separate chapter that follows the two previous chapters. The research question guiding this research is: What factors best explain the degree of implementation and development of a territorial quality label in a process of rural development?

To answer this question it was necessary to design and implement a new and original methodology for calculating a Global Synthetic Index (GSI) that reflects the degree of development of each local territorial quality label. To collect the data needed to calculate the GSI, intense field work and a specific protocol to facilitate interaction between local actors and the research team were required. The work to collect and systematize the data (secondary and mainly primary data), as well as the development

of the data analysis methodology was possible thanks to two research projects conducted in collaboration with the Association of the European Territorial Quality Mark, which holds the rights to the brand.

The chapter on the Research Methodology is divided into two main sections: 1) The *ad hoc* methodology that was designed to collect the data and calculate the GSI for each of the 31 territories comprising the case study; and 2) an analysis of the results obtained.

The main conclusions of this research are:

- The ETQM *Rural Quality* functions as a strategy of territorial rural development, mainly by transforming institutions for the following reasons:
 - Territories with these “umbrella” labels are located in rural areas with the largest number of Natura 2000 spaces. This can be interpreted as an identity linked to nature to a greater or lesser extent and/or the willingness to exploit these values to differentiate territories.
 - The development of protocols to promote and strengthen collective action takes priority over the promotion of trade.
- The ETQM is a strategy to promote the provision of public goods linked to production processes rather than a system to guarantee product quality.
- The main factors that explain the degree of development of a local TQL are:
 - Positive relations: the level of economic activity in the private sector (ECONOMICS), the natural dimension of territorial differentiation (ENVIRONMENT), and the degree of collective action (SOCIAL)
 - Negative relations: the degree of public sector activity in the territory (PUBLIC SECTOR)
- The analysis of leverage shows that the dynamics of a local TQL converges towards the other cases.

The findings obtained with the econometric tools used in this research coincide with the opinions expressed by qualified informants.

RESUMEN

Los procesos actuales de desarrollo rural territorial de la Unión Europea persiguen lograr transformaciones productivas e institucionales a nivel local. Pero el verdadero desafío rural consiste en que esas dinámicas de transformación respondan a los retos globales a los que se enfrenta la sociedad europea. Entre las diferentes respuestas posibles destaca la obtención de bienes y servicios relacionados con el medio ambiente y el cambio climático, que pueden presentar estrechas relaciones con la identidad local, entendida en sentido amplio. En cualquier caso, y dada la heterogeneidad de las áreas rurales, esas respuestas ni pueden ni deben ser homogéneas lo que implica que en cada zonal rural se deberá encontrar la estrategia que mejor aproveche los recursos y capacidades locales para responder a los grandes desafíos. Diferentes autores han analizado la relevancia y viabilidad de las estrategias de desarrollo rural basadas en la diferenciación. Para estos autores, la puesta en marcha y el desarrollo de estrategias de diferenciación rural se interpretan como procesos de “construcción social” vinculados a distintas formas de acción colectiva.

Por otra parte, la Comisión Europea y algunos Estados miembros vienen potenciando las estrategias basadas en la calidad diferencial de los productos agroalimentarios desde hace años. Por esta vía se pretende aprovechar mejor la potencialidad comercial de los productos de calidad, al margen de la lógica de los mercados globalizados de “*commodities*”. Paralelamente, los sellos de calidad ligada al origen pretenden, además, proteger las formas de producción de ciertos productos de reconocido prestigio basado en su notoriedad y arraigo. Sin embargo, la gran proliferación de este tipo de sellos ha banalizado el objetivo inicial de calidad diferencial, lo que reduce mucho su impacto comercial.

Como reacción ante la banalización de los sellos de calidad ligada al origen, algunos territorios rurales de varios países de la Unión Europea se embarcaron en un proyecto de cooperación internacional. Este proyecto es una Marca de Calidad Territorial (MCT) registrada como “*Calidad Rural*”. Se trata de una marca “paraguas” que pretende simplificar en un único sello europeo el mensaje de calidad diferencial dirigido a los consumidores y usuarios. Por lo tanto, esta MCT se ha diseñado como la parte más visible de una estrategia de desarrollo rural territorial basada en la diferenciación por calidad, y como herramienta para fortalecer las capacidades locales en términos de acción colectiva. En otras palabras: el sello “*Calidad Rural*” nació con la aspiración de fortalecer o crear los lazos entre los territorios rurales implicados en el proyecto y las zonas urbanas, por un lado, y como estrategia de comunicación y participación responsable hacia los actores de los territorios correspondientes, por otro lado, a modo de nueva forma de contrato social rural urbano.

La investigación que soporta esta Tesis Doctoral revisa estos problemas de partida y presenta una revisión del marco teórico concentrado en dos temas: la emergencia del enfoque territorial del desarrollo rural y las estrategias de desarrollo basadas en la diferenciación. La descripción del caso de estudio (el proyecto Marca de Calidad Territorial Europea – MCTE) es abordada en un capítulo específico que sigue a los dos anteriores.

La pregunta de investigación que orienta la investigación es: *¿qué factores explican mejor el grado de implantación y desarrollo de una Marca de Calidad Territorial en un proceso de desarrollo rural?*

Para responder a esta pregunta ha sido necesario diseñar y aplicar una novedosa y original metodología para calcular un Índice Sintético Global (ISG) que

expresen el grado de desarrollo de cada marca de calidad territorial local. La recogida de las evidencias para el cálculo del ISG ha exigido un intenso trabajo de campo y la elaboración de un protocolo específico para facilitar la interacción entre los actores locales y el equipo de investigación. La labor de recogida y sistematización de los datos (secundarios y, principalmente, primarios), y la elaboración de la metodología de análisis, ha sido posible gracias a dos proyectos de investigación con la Asociación Marca de Calidad Territorial Europea propietaria del sello.

Por su parte, el capítulo dedicado a exponer la Metodología de la investigación está dividido en dos grandes apartados: 1) La diseñada “*ad hoc*” para la recogida de datos y el cálculo del ISG de cada uno de los 31 territorios incluidos en el caso de estudio; 2) la de análisis de los resultados obtenidos.

Las principales conclusiones obtenidas en esta investigación son:

- La MCTE “*Calidad Rural*” está actuando como una estrategia de desarrollo rural territorial, principalmente en la dimensión de transformación institucional, por las razones siguientes:
 - Los territorios con estas marcas “paraguas” se sitúan en las zonas rurales con mayor presencia de espacios de la Red Natura 2000. Cabe interpretar este hecho como una identidad ligada a lo natural, en mayor o menor grado, y/o como la voluntad de aprovechar tales valores para diferenciar a los territorios.
 - El desarrollo de los protocolos para inducir y fortalecer la acción colectiva ha dominado sobre las tareas de promoción comercial
- La MCTE ha estado actuando más como una estrategia para promover la provisión de bienes públicos ligados a los procesos de producción, que como un sistema de garantía de calidad de producto.
- Los principales factores que explican el grado de desarrollo de una MCT local son:
 - Relación positiva: el grado de actividad económica del sector privado (ECONOMIA), la dimensión natural de la diferencia territorial (MEDIO AMBIENTE), y el grado de acción colectiva (SOCIAL)
 - Relación negativa: El grado de actividad del sector público en el territorio (SECTOR PÚBLICO)
- El análisis de apalancamiento (*leverage*) identifica una MCT local que tiene una dinámica hacia la que convergen el resto casos.

Estas conclusiones obtenidas con las herramientas econométricas utilizadas coinciden con las opiniones vertidas por los informantes cualificados.

ÍNDICE GENERAL

I. INTRODUCCIÓN	13
I.1. ANTECEDENTES, PROBLEMÁTICA Y RETOS	14
I.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	20
I.4. HIPÓTESIS, OBJETIVOS y MÉTODO.....	21
I.4.1. Sistema de Hipótesis	21
I.4.2. Sistema de Objetivos	22
i.5. ESTRUCTURA DE LA TESIS	22
II. MARCO CONCEPTUAL I: El Desarrollo Rural Territorial.....	27
II.1. ANTECEDENTES	27
II.2. ORIGEN	30
II.2.1. Nacimiento europeo	30
II.2.2. La relectura latinoamericana	33
II.2. FACTORES CLAVE	37
II.3. APORTACIONES DE OTRAS CORRIENTES.....	40
II.3.1. Agencia, Capital Social y Acción Colectiva	41
II.3.2. De los Distritos Rurales a los Entornos Innovadores	43
II.3.3. Nueva Economía Institucional.....	45
II.3.4. Nueva Geografía Económica y los Territorios Inteligentes	46
III. MARCO CONCEPTUAL II: Competitividad y Diferenciación Territorial	53
III.1. DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL A LA TERRITORIAL	53
III.2. LA DIFERENCIACIÓN TERRITORIAL COMO ESTRATEGIA	57
III.2.1. Calidad y Diferenciación Territorial	58
III.2.2. Marcas Territoriales de <i>primera</i> y <i>segunda</i> generación	60
IV. CASO DE ESTUDIO: El Proyecto <i>Calidad Rural</i>®	69
IV.1. GÉNESIS DEL PROYECTO Y TRABAJO EN RED.....	69
IV.2. NIVELES DE ACTUACIÓN	72
IV.3. CARACTERÍSTICAS Y GESTIÓN DE UNA MCT.....	75
IV.3.1. Definición y fundamentación	75
IV.3.2. Objetivos	76
IV.3.3. Principios.....	77

IV.3.4. Mecanismos de diseño y funcionamiento	81
IV.3.4.1. El ámbito de actuación y aplicación.....	81
Documentos de gestión	82
IV.3.4.2. Órganos de Gestión y Control	83
IV.3.4.3. Procedimiento de implantación.....	83
V. METODOLOGÍA	87
V.1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN MCTE	88
V.1.1. Retos metodológicos.....	89
V.1.2. Estructura, indicadores y escalas.....	90
V.1.2.1. Medición y escalas	91
V.1.2.2. Proceso de Evaluación	92
V.1.2.3. Validación de la propuesta	94
V.3. RECOGIDA DE INFORMACIÓN PARA EL ANÁLISIS EMPÍRICO	95
V.3.1. Fuentes de Información Primaria	95
V.3.2. Fuentes de Información Secundaria	96
V.4. ANÁLISIS EMPÍRICO	96
V.4.1. Tipologías de Provincias y de GAL	97
V.4.1.1. Tipología Combinada de Provincias	97
V.4.1.2. Tipología de Grupos de Acción Local.....	98
V.4.2. Grado de Desarrollo de una Marca de Calidad Territorial (GDMT).....	99
V.4.3. Identificación de los factores explicativos del grado de desarrollo de una MCT	102
V.4.3.1. Especificación del Modelo	103
V.4.3.2. Estimación y Validación del Modelo	107
V.4.3.3. Propuesta futura: Logit multinomial	107
V.5. LIMITACIONES Y DIFICULTADES.....	110
VI. RESULTADOS.....	115
VI.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO PRELIMINAR.....	115
VI.1.1. Tipología Combinada de Provincias.....	115
VI.1.2. Tipología de GAL	118
VI.2. Grado de Desarrollo de las Marcas Territoriales	122
VI.3. Factores explicativos del grado de desarrollo de una MCT	129
VI.4. Respuesta a las preguntas y objetivos de esta investigación.....	135

VII. CONCLUSIONES	139
VII.1. CONCLUSIONES RELATIVAS A LOS OBJETIVOS E HIPÓTESIS	139
VII.2. CONCLUSIONES RELATIVAS A LAS METODOLOGÍAS	140
VII.3. CONCLUSIONES SOBRE LA COLABORACIÓN DE ACTORES Y EL PROCESO DE RECOGIDA Y VALIDACIÓN DE EVIDENCIAS	141
VII.4. REFLEXIONES Y COMENTARIOS SOBRE EL PROYECTO MCTE.....	142
VII. CONCLUSIONS.....	145
VII.1. CONCLUSIONS RELATED TO OBJECTIVES AND HYPOTHESES.....	145
VII.2. CONCLUSIONS RELATED TO THE METHDOLOGIES	146
VII.3. CONCLUSIONS REGARDING COLLABORATION OF LOCAL ACTORS AND THE PROCESS OF GATHERING AND VALIDATING EVIDENCE IN THE FIELD ...	147
VII.3. COMMENTS AND REFLECTIONS ON THE ETQM PROJECT.....	148
BIBLIOGRAFÍA.....	153
ANEXOS.....	175

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Informantes cualificados entrevistados para la recogida de información primaria	96
Tabla 2. Caracterización de provincias españolas (Dinámica Económica).....	115
Tabla 3. Caracterización de provincias españolas (Dotación de Recursos)	116
Tabla 4. Tipología Combinada de provincias	116
Tabla 5. Caracterización de GAL españoles	119
Tabla 6. KMO y prueba de Bartlett.....	123
Tabla 7. Estadísticos descriptivos de la matriz X	123
Tabla 8. Matriz de componentes (β).....	124
Tabla 9. Varianza total explicada	125
Tabla 10. Valores del indicador GDMT	125
Tabla 11. Contraste de normalidad de GDMT.....	126
Tabla 12. Estadísticos principales de los resultados de la regresión	130
Tabla 13.. Estimación del modelo GDMT	131
Tabla 14.. Contraste de heterocedasticidad de White.....	132
Tabla 15.. Contraste Reset de Ramsey	132
Tabla 16.. Contraste de Normalidad.....	132
Tabla 17.. Factores que explican el valor de GDMT (p-value t-Student) ^(a)	133
Tabla 18.. Medida del Apalancamiento (<i>Leverage</i>).....	134

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ejemplo de convivencia entre una MCT y la marca paraguas <i>Calidad Rural</i> ®.....	73
Ilustración 2. Diagrama radial de resultados de evaluación de MCT	93
Ilustración 3. Tipología de provincias españolas.....	118
Ilustración 4. Tipología de GAL españoles.....	119
Ilustración 5. Mapa Mixto Tipología de Provincias y GAL	121
Ilustración 6. Distribución de GDMT	127
Ilustración 7. Ordenación descendente de MCT según GDMT.....	128
Ilustración 8. Tipología de MCT en base a GDMT	128
Ilustración 9. Tipología de MCT en base a GDMT	129

LISTADO DE AGRÓNIMOS Y ABREVIATURAS

ACP	Análisis de Componentes principales a través del paquete SPSS.
AEIDL	Association Européenne pour l'Information sur le Développement Local.
AMCTE	Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea
ARCGIS	Paquete de Software de Sistemas de Información Geográfica
BBVA	Banco Bilbao Vizcaya
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BOE	Boletín oficial del Estado
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
DOP	Denominación de Origen Protegida
DRT	Desarrollo Rural Territorial
ETQM	European Territorial Quality Mark
ETQMA	European Territorial Quality Mark Association
EUROSTAT	Oficina Estadística de la Comisión Europea
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
IGP	Indicación Geográfica Protegida
GAL	Grupo de Acción Local
GATT	Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio
GDMT	Grado de Desarrollo de una Marca de Calidad Territorial
GIA	Grupo Interagencial de Desarrollo Rural
IDH	Índice de Desarrollo Humano
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
INE	Instituto Nacional de Estadística

IVIE	Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas
LEADER	Liaisons entre Activités de Développement de L'Economie Rurale
MAGRAMA	Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
MCT	Marca de Calidad Territorial
MCTE	Marca de Calidad Territorial Europea
MCO	Método de Mínimos Cuadrados Ordinarios
NBI	Necesidades Básicas Insatisfechas
NEG	Nueva Geografía Económica
OAMI	Oficina de Armonización del Mercado Interior
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OMC	Organización Mundial del Comercio
PAC	Política Agraria Común
RIMISP	Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural
SIAL	Sistema Agroalimentario Localizado
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
TQM	Territorial Quality Mark
UE	Unión Europea
USAID	Agencia Internacional de Desarrollo de Estados Unidos
VCPRD	Vinos de Calidad Producidos en Regiones Determinadas

CAPÍTULO I:

Introducción

En un mundo globalizado como el actual, diferentes tipos de actores se ven obligados a entrar en dinámicas de competitividad. Los riesgos y efectos negativos provocados por este fenómeno se están viendo amplificados en el medio rural como consecuencia de los importantes efectos que las recientes crisis alimentaria, financiera y económica están generando sobre la agricultura y las zonas rurales. Por otro lado, los ciudadanos europeos exigen que las políticas comunes atiendan a nuevos problemas tales como las amenazas derivadas de la globalización, el cambio climático, y las crisis económica, energética, y alimentaria. Entre las propuestas que emergen en este contexto cobran fuerza creciente las que expresan la pertinencia de medidas que fortalezcan las relaciones rural-urbano, como uno de los ejes de la política agraria-rural. El anverso de esta demanda al medio rural es la puesta en marcha de procesos de desarrollo sostenible dirigidos a lograr la competitividad territorial mediante estrategias de “economía verde”.

Este escenario ofrece oportunidades para el sector agrario y para el medio rural. Entre ellas se encuentran las estrategias basadas en la diferenciación por calidad (ligada a dimensiones de la identidad local) y su vinculación a dinámicas de desarrollo rural sostenible (territorial). El caso de estudio analizado en esta Tesis (la Marca de Calidad Territorial Europea, *Calidad Rural* ®) ofrece diferentes herramientas y pautas diseñadas específicamente para estos fines.

I. INTRODUCCIÓN

Ante los retos que vive la sociedad actual, las universidades enfrentan la responsabilidad de contribuir de forma eficaz e innovadora a encontrar alternativas y soluciones. Esta Tesis Doctoral pretende hacer una pequeña contribución en este sentido; para ello se enmarca en la Línea de Investigación de “Estrategias Territoriales de Desarrollo Rural”, que lidera un equipo de profesores del Departamento de Economía, Sociología y Política Agraria de la Universidad de Córdoba. El eje principal de la línea de investigación es el análisis de dinámicas rurales basadas en procesos de transformación productiva e institucional en territorios sujetos a programas de desarrollo rural dentro de los marcos de programación europeos.

Por otra parte, esta investigación responde a una demanda concreta de un amplio colectivo de Grupos de Acción Local (GAL), gestores de sendas estrategias de desarrollo rural. A través de dos proyectos de investigación suscritos con actores de la Asociación Marca de Calidad Europea (AMCTE) (propietaria de la Marca de Calidad Territorial Europea (MCTE), *Calidad Rural*® / *Rural Quality*®), el desarrollo de esta Tesis pretende dar respuesta a necesidades concretas de la construcción (conceptual y metodológica), desarrollo (tutoría y acompañamiento) y evaluación de la estrategia de desarrollo rural territorial de una experiencia piloto e innovadora, el caso de la MCTE. Esta experiencia agrupa territorios de España y otros tres países de la Unión Europea (Francia, Italia y Grecia).

El desarrollo de la investigación no ha estado exento de limitaciones, lo que ha amplificado sus retos iniciales: 1) En primer lugar, retos ligados al carácter innovador de su planteamiento; efectivamente, la construcción de una estrategia de acción colectiva basada en una marca territorial para el desarrollo rural es un tema poco o nada estudiado hasta el momento. Consecuentemente, la falta de precedentes metodológicos ha exigido dedicar una buena parte del tiempo de la investigación al diseño, validación y aplicación de una metodología inédita. Por tanto, ha sido necesario construir dicha metodología considerando la heterogeneidad y especificidades de los territorios y sus demandas (gestores y empresarios promotores), que son distintos de los que se han desarrollado hasta ahora para los signos de calidad tradicional. El proceso de recogida y tratamiento de información primaria asociada a la misma también ha consumido gran parte de la energía invertida en la investigación. 2) Por otro lado, esta Tesis se ha desarrollado en el marco de una estrecha cooperación entre la Universidad de Córdoba y un proyecto real en marcha. El principal reto en este sentido ha sido hacer compatibles y dialécticamente viables

los procesos, tiempos y necesidades de los territorios con las exigencias de rigor y precisión que rigen la investigación científica. 3) Finalmente, no ha transcurrido el tiempo suficiente para poder identificar y valorar aun los impactos esperados en términos de desarrollo rural territorial.

Cada una de estas dificultades se abordarán con mayor detalle en los capítulos correspondientes de esta Tesis.

Esta Tesis Doctoral se presenta para alcanzar la Mención Internacional, tras haber pasado su autora una estancia de cinco meses en la Universidad de Pisa, y cumplir el resto de requisitos que contempla la Universidad de Córdoba para este tipo de Mención.

I.1. ANTECEDENTES, PROBLEMÁTICA Y RETOS

El medio rural europeo viene experimentando un declive desde hace varias décadas, que se encuentra estrechamente relacionado con la crisis de la agricultura ligada al avance del proceso globalizador, y con el paulatino y continuo proceso de liberalización, que se inició en la Ronda Uruguay del entonces llamado GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio). Desde que el sector agrario se incluyó en los acuerdos multilaterales de comercio internacional, la Unión Europea (UE) se ha visto sometida a la exigencia de dismantelar progresivamente lo que, durante décadas, fue un sistema muy eficaz de protección de su agricultura. Así, la PAC viene apostando desde entonces por fomentar la competitividad internacional de sus producciones en un escenario crecientemente desregulado.

A pesar de las oportunidades que ofrecen los acuerdos comerciales internacionales a las productos agrarios más competitivos de la Unión Europea, este fuerte giro hacia el mercado no está exento de importantes amenazas para los territorios que, por sus limitaciones intrínsecas, no pueden aspirar a competir a escala internacional. Paralelamente, y por otros motivos, los objetivos de cohesión económica y social han sido una prioridad de la UE desde 1986, lo que ha dado lugar a incluir la cohesión territorial en la estrategia Europa 2020 (Comisión Europea, 2010a). Es por estas y otras razones que el desarrollo rural se empieza a aplicar en la década de los noventa con un enfoque territorial, y que la filosofía del llamado segundo pilar se basa en medidas que buscan fortalecer la cohesión evitando ser incorporadas a la caja ámbar de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

En el núcleo de esta nueva orientación, propuesta como forma de apoyar al sector sin distorsionar los mercados, se buscan nuevas salidas para los espacios

rurales. Entre ellas destaca la búsqueda de formas innovadoras de lograr la viabilidad y/o la competitividad de estos espacios a través de la pluriactividad y la diversificación productiva.

La Iniciativa Comunitaria LEADER (*Liaisons Entre Action de Développement de l'Economie Rurale*), puso en marcha numerosos procesos de desarrollo rural bajo el llamado *enfoque territorial*, a principios de los años noventa del siglo pasado. Este enfoque ha favorecido la emergencia de iniciativas de negociación y concertación entre agentes y ha propiciado procesos de articulación y estructuración de la sociedad local (ESPARCIA y NOGUERA, 1999). La difusión de esta “nueva” perspectiva, que incluye los aspectos espaciales en el análisis del desarrollo económico, hunde sus raíces en los trabajos de MARSHALL (1890) y KRUGMAN (1991), así como en los debates de éste (KRUGMAN, 1994) con la aportación de ventaja competitiva de PORTER (1990). Como consecuencia de este resurgir del espacio como categoría analítica en la Economía, por un lado, y debido a la difusión de la política europea de desarrollo rural, por otro lado, ha proliferado una relativamente amplia literatura en América Latina (SEPULVEDA *et al.*, 2003; De JANVRY y SADOULET, 2004), que reflexiona sobre el alcance y limitaciones del llamado “desarrollo rural territorial”. Entre esas aportaciones destaca la de SCHEJTMAN y BERDEGUÉ (2003), que conceptualiza este término como la “combinación de las transformaciones productivas e institucionales en un espacio rural” y que se ha convertido en una definición bastante consensuada. La innovación (entendida en un sentido más amplio que el meramente tecnológico) se plantea como parte esencial de las estrategias de desarrollo rural para lograr esta transformación y crear valor añadido territorial. Por este motivo, en LEADER II la innovación se plantea explícitamente como argumento vertebrador para la creación de valor añadido territorial; este enfoque se repite en nuestros días en la nueva política rural nacida de la reciente reforma de la PAC.

La nueva visión de lo rural, como una categoría conceptual que va más allá del espacio que contiene (exclusivamente) a las actividades agro - silvo - pastorales, tiene en cuenta nuevas funciones para el medio rural, en respuesta a los retos que enfrenta el conjunto de la sociedad (CLOKE *et al.*, 2006). Entre las nuevas actividades que ahora se proponen a los agricultores, destacan el cuidado del territorio y la provisión de otros bienes públicos (SEGRELLES, 2000); paralelamente, la *nueva ruralidad* (PEREZ, 2002; GIARRACA 2005) reconoce la relevancia de los vínculos rural – urbano y la importancia de las actividades de otros actores rurales, mas allá de las de los agricultores.

Los *territorios* sólo se convierten en entidades viables, o con posibilidad de llegar a serlo, cuando disponen de un proyecto, por medio del cual el espacio no sólo es delimitado y apropiado, sino que es valorizado por la población que lo habita. Diferentes autores se han ocupado de analizar y desarrollar este proceso, y así se distingue entre los “*territorios dados*” y los “*territorios contruidos*” (PECQUEUR, 2001), siendo estos últimos los que surgen del encuentro y consenso de los actores locales, en un proceso de naturaleza ascendente como respuesta a los retos de la globalización y que es consecuencia del capital social y de las relaciones de confianza entre los actores locales (PUTNAM, 1993).

En las áreas rurales, entendidas como espacios con identidad y con un proyecto de desarrollo concertado socialmente (SCHEJTMAN y BERDEGUÉ, 2003), interactúan *instituciones* y *organizaciones*, dando lugar a actividades de producción de bienes y servicios. Algunos autores (CASTILLO y GARCIA, 2011) consideran que estas dinámicas justifican el uso del concepto “*distritos rurales*” desde los puntos de vista: a) económico ya que engloban todas las actividades del tejido productivo del territorio; b) social puesto que están basados en una forma de vida y en una cultura con unas profundas raíces históricas; y c) medioambiental debido a que gestionan ecosistemas y paisajes necesarios para el mantenimiento de la biodiversidad y del patrimonio histórico y cultural (BELLETI *et al.*, 2003).

En estos *distritos*, los procesos de acción colectiva contribuyen a la creación y preservación de activos territoriales, que la sociedad actual demanda al medio rural y que son fuente de vínculos entre lo rural y lo urbano. Sin embargo, estos activos territoriales están avocados al “*drama*” ampliamente explicado por HARDIN (1968), que podría traducirse en su sobreexplotación o su pérdida. Entre los efectos negativos de la posible desaparición de estos activos destaca el riesgo de destrucción de las especificidades territoriales. Desde el punto de vista estratégico, el mayor riesgo de la destrucción de estas especificidades deriva del hecho de que son un factor esencial sobre el que apoyar procesos de desarrollo que basados en la diferenciación. De hecho, la construcción de alternativas de competitividad territorial rural se asienta simultáneamente en el aprovechamiento de las expectativas, que brinda la emergencia de una nueva demanda social hacia las áreas rurales, y en una renovación y movilización del patrimonio territorial en sentido amplio. Por otro lado, el éxito de las estrategias de estos “*territorios de actividad*” tiene que ver también con las capacidades locales y con la forma en que se aprovechan éstas en un mercado globalizado (BOUCHER, 2006).

En consecuencia, el aprovechamiento de las oportunidades que brindan las nuevas demandas sociales plantea una doble exigencia: la gestión colectiva de los recursos territoriales y la “apertura del territorio”, en el sentido de que los valores simbólicos, ambientales, estéticos, culturales,... se pongan en valor mediante las actividades más adecuadas a las especificidades de cada territorio.

En sintonía con las recientes tendencias en la demanda de los consumidores a escala mundial, en un gran número de países se observa un importante giro en las estrategias productivas de los agricultores hacia la diferenciación de sus productos, con base a criterios de calidad. En este sentido, algunos territorios europeos han apostado por la construcción de estrategias de desarrollo rural basadas en la diferenciación por calidad, que reconozcan cualidades tangibles e intangibles, puestas en marcha como estrategias de acción colectiva.

La heterogeneidad, que es consustancial al medio rural, es a la vez una de sus mayores fortalezas estratégicas siempre que se aproveche para diferenciar sus productos, logrando una situación de competencia monopolística al segmentar el mercado de productos distintos (PAVÓN y GÓMEZ, 2009). Así, el desarrollo de nichos de mercado basados en productos específicos se ha convertido en un instrumento importante para el desarrollo rural en términos de oportunidades de empleo, malla empresarial y cohesión social (ILBERY y KNEAFSEY, 2000), a la vez que pretende dotar a los productos de un significado social, más allá de lo tangible, de forma que su consumo cree un lazo social entre los usuarios y el territorio (RENARD, 1999). La movilización de valores territoriales, mediante la creación de capital simbólico, permite construir un vínculo entre lo rural y lo urbano, como una forma de situar a los actores locales alrededor de un objetivo común y vincular a los actores externos, creando unas estrechas y recíprocas relaciones entre el medio rural y el urbano (BRUNORI y ROSSI, 2007).

Así, puede decirse que las producciones especializadas vinculadas a las especificidades territoriales constituyen cada vez más una fuente de ventajas competitivas rurales que puedan llegar a generar rentas de especificidad (ULLOA y GIL, 2008). En la medida en que los ingresos de la población se incrementan, los consumidores tienden a consumir un conjunto más amplio de productos, y podrían empezar a prestar menor atención la cantidad que a la calidad (elasticidad demanda – renta positiva hacia productos diferenciados). No obstante, la crisis económica por la que atraviesan los países “periféricos” de la UE, desde hace años, está provocando que buena parte de los consumidores concentren su gasto en satisfacer necesidades

básicas siendo el precio la variable que en mayor medida explica sus decisiones de compra. No obstante, a medida en que la fuente de los alimentos se distancia (cultural y geográficamente) por efecto de la globalización, ciertos segmentos de consumidores tienden a buscar garantías de que los alimentos que adquieren sean genuinos y sanos. Los dramáticos episodios de pánico alimentario, la contaminación con pesticidas, y los cultivos transgénicos no dejan de aumentar la preocupación sobre la calidad, y los efectos para la salud, de lo que comen (VAN der KOP *et al.*, 2007; VERMEULEN y BIENABE, 2007). Algunos autores han analizado el proceso por el que ciertos segmentos del mercado identifican la calidad diferencial de algunos productos, que a su vez es el punto de partida para un proceso de fortalecimiento de las especificidades territoriales (FONTE, 2008; VANDECANDELAERE, E. *et al.*, 2010).

El primer paso para la puesta en valor de las especificidades territoriales son las *estrategias no marquistas*, basadas en la oportunidad que ofrecen los circuitos cortos. Estos circuitos permiten al productor disminuir los intermediarios entre él y el consumidor. Representan oportunidades de crear valor añadido en el territorio y de reforzar la especificidad de sus productos y servicios debido al estrecho vínculo creado entre territorio, cliente y producto.

Sin embargo, las *estrategias marquistas* presentan una mayor potencialidad, a través de sellos que certifiquen las características de un producto o servicio o de su modo o proceso de producción. Pero esta mayor potencialidad va unida a la necesidad de lograr la confianza del consumidor mediante un sistema de certificación riguroso y fiable y, en su caso, de una trazabilidad adecuada a cada tipo de producto.

Toda estrategia de diferenciación exige unas herramientas y/o unos protocolos adecuados, que permitan al consumidor identificar el producto y que le garanticen los atributos de calidad diferencial que se ofrecen. Por este motivo, los diferentes signos que se utilizan como estrategia de penetración y segmentación comercial requieren de algún procedimiento objetivo, externo y riguroso que avale las propuestas comerciales. Paralelamente, toda estrategia de desarrollo territorial exige que la población participante se haya dotado de las instituciones y organizaciones necesarias para llevarla a cabo (estrategia de acción colectiva).

La diferenciación mediante signos que hacen referencia explícita al origen cuenta con una larga andadura en la UE. En sus inicios se puso en marcha para defender los intereses de los productores y para garantizar la calidad ante los consumidores. El éxito de esta estrategia ha sido tal en algunos países que los signos de calidad de este tipo se han diversificado mucho y cubren un gran abanico de

productos. Sin embargo, su gran proliferación está desnaturalizando, cuando no neutralizando, buena parte de los objetivos para los que se puso en marcha. Algunos autores (FRAYSSIGNES, 2011) han calificado de “*banalización*” a este efecto perverso provocado por la desmesurada proliferación de sellos. En relación con este efecto negativo se identifican hoy los dos problemas siguientes: a) cuanto más esfuerzo se hace desde los diferentes signos para mejorar su impacto, más confusión (o menor eficacia) se genera en conjunto del sistema; b) ante la creciente propuesta de elementos diferenciales, cada vez resulta más difícil para el consumidor identificar las especificidades de un producto concreto.

Como reacción a la profusión de este tipo de signos, y ante el hecho de que no siempre transmiten adecuadamente los elementos intangibles incrustados en los productos, están surgiendo diferentes respuestas adaptativas. Entre ellas, se destaca aquí la de diferentes territorios europeos que han lanzado una *segunda generación* de marcas construyendo una marca territorial que a su vez se integra en otra de ámbito superior (GARRIDO y RAMOS, 2013). Con esta marca, los territorios pretenden capturar valor añadido gracias a los atributos tangibles e intangibles de productos del territorio; se trata de marcas que suelen actuar como marcas paraguas que pueden acoger a productos muy distintos y de diferentes sectores. Entre estas marcas merecen especial atención las que se han diseñado como estrategias de desarrollo rural territorial: las marcas de calidad territorial (MCT), caso de estudio analizado en esta Tesis. El objetivo de tales marcas es la visualización de su estrategia mediante un signo capaz de ofrecer a los consumidores (internos y externos al territorio) garantías de calidad (de elementos tangibles e intangibles) de diferentes bienes, servicios, elementos patrimoniales (naturales y culturales) e institucionales de un mismo territorio rural. En ellas, la diferenciación por calidad es el elemento central para lograr la transformación productiva e institucional perseguido por un proceso de desarrollo rural territorial. Entre los efectos beneficiosos que se persiguen con esta estrategia destaca el fortalecimiento de dinámicas y procesos orientados al desarrollo sostenible. Dicho en otras palabras: este tipo de estrategia persigue contribuir a dar respuesta a los retos de la sociedad y, consecuentemente, al fortalecimiento de los vínculos virtuosos entre el medio rural y el urbano.

Este tipo de estrategias de acción colectiva sobre criterios de calidad territorial están siendo desarrolladas por los territorios del Proyecto Marca de Calidad Territorial Europea (MCTE). Estos territorios han creado una red europea para alcanzar la masa crítica suficiente para aprovechar eficazmente las oportunidades de acceso a mercados que brinda el proceso de globalización económica (RAMOS, 2008).

Ante la corta experiencia de aplicación de este tipo de marcas, se hace necesario fortalecer sus fundamentos y, para ello, deben desarrollarse las instituciones y organizaciones necesarias para ello. Dicho en otras palabras: el proceso de arquitectura institucional de esta marca exige diseñar e implantar los protocolos y metodologías, a modo de cláusulas de un contrato de confianza, para dos fines: (1) En primer lugar, para crear y mantener un contrato de confianza entre consumidores y productores rurales; (2) Y en segundo lugar, para crear y expandir una red de actores rurales que compartan los objetivos de esta estrategia y respeten las reglas del juego vinculadas a la marca.

Aunque estas estrategias tienen como precedente la experiencia acumulada en sellos de calidad ligados al origen en productos agroalimentarios, se enfrentan a innumerables nuevos retos. Por un lado, exigen una movilización de actores de diferente naturaleza, en lo que se puede calificar de estrategia o experiencia de acción colectiva para lograr la arquitectura institucional que requiere el proceso. Un territorio rural que se embarca en una estrategia de innovación basada en la diferenciación (que puede ser de diferente tipo, de proceso, de producto, ..) debe asumir una reglas de juego y procedimientos para que sea funcional. Este necesario requisito se enfrenta a dificultades añadidas en épocas de crisis como la actual.

Por otro lado, el segundo gran reto al que se enfrenta un territorio que apuesta por una estrategia de desarrollo rural territorial basada en la diferenciación por calidad como forma de innovación está relacionado con la proyección exterior del sello. Aunque el proyecto se dote de instituciones y organizaciones adecuadas, su viabilidad puede peligrar si no logra que los potenciales consumidores identifiquen y compartan lo que transmite. De no lograrse este objetivo no se alcanzaría la dimensión de transformación productiva inherente a una estrategia de desarrollo rural territorial.

Además, si la estrategia individual de cada territorio se embarca en un proceso de cooperación con otros territorios, como es el caso del Proyecto MCTE, el reto de construcción de arquitectura institucional es mayor aún, entrando en juego el problema de neutralizar o minimizar la acción de los *free-riders* que suele acompañar a muchas estrategias de acción colectiva.

I.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Ante la problemática planteada, y en base a la experiencia real del Proyecto MCTE se formulan las siguientes preguntas de investigación, estrechamente relacionadas entre sí:

- *¿Puede actuar como estrategia de desarrollo rural territorial un sello que originalmente se asocia a la promoción comercial?*
- *¿Contribuyen estas estrategias a la construcción de institucionalidad y por tanto de capital relacional en los territorios en los que se ponen en marcha?*
- *¿Qué factores o dimensiones son las que explican el mayor medida el éxito de este tipo de estrategia que pretende generar un contrato entre las áreas rurales productoras y las áreas urbanas consumidoras de bienes y servicios?*

I.4. HIPÓTESIS, OBJETIVOS y MÉTODO

Para responder a las preguntas anteriores, esta Tesis plantea los siguientes Sistemas de Hipótesis y de Objetivos:

I.4.1. Sistema de Hipótesis

- *Hipótesis Principal:*

El mayor grado de éxito de una marca de calidad territorial (MCT) diseñada como estrategia de desarrollo rural territorial se encuentra estrechamente relacionado con el aprovechamiento de elementos diferenciales del territorio y en su capacidad para implantar una dinámica de acción colectiva soporte la estrategia.

- *Hipótesis Complementarias:*

- *HP 1:*

Los sellos territoriales como estrategia de desarrollo rural territorial basada en la diferenciación por calidad inciden más en la dimensión de transformación institucional, que en la transformación productiva (y económica), al menos en primeras etapas de su implantación y desarrollo.

- *HP 2:*

El grado de éxito de una MCT depende en buena medida de la implicación de la iniciativa privada, mientras que un exceso de protagonismo de la Administración Local puede comprometer los resultados positivos de la estrategia.

I.4.2. Sistema de Objetivos

- Objetivos Centrales:
 - Objetivo Principal:

Confirmar, en su caso, la Hipótesis Principal.
 - Objetivo Secundario:

Identificar los factores que mejor expliquen el éxito de una MCT local como estrategia de desarrollo y establecer la importancia relativa de dichos factores.
- Objetivos Intermedios:
 - OI 1: *Caracterizar los territorios que disponen de una MCT, a partir de factores de entorno y factores internos.*
 - OI 2: *Elaborar una metodología “ad hoc” para la evaluación del grado de éxito de una MCT.*
 - OI 3: *Generar un índice que sintetice el grado de éxito de una MCT y elaborar una tipología en base a la distribución de estos resultados.*

El Plan de Trabajo, material y métodos, para alcanzar el Objetivo Central y los Objetivos Intermedios de la Investigación se describe en el Capítulo V. La información que ha permitido acometer la aplicación empírica de esta investigación es tanto de tipo secundario (consultas bibliográficas, estadísticas, documentos e informes, entre otros) como primario (entrevistas en terreno e identificación y validación de evidencias, según lo previsto en la metodología diseñada para la evaluación de las MCT)

i.5. ESTRUCTURA DE LA TESIS

La presente Tesis Doctoral consta de siete capítulos, más un apartado con la Bibliografía, y otro de Anexos.

En el **Capítulo I**, se presenta una descripción de los antecedentes y problemas que han motivado la selección del tema de la Tesis, así como los Sistemas Hipotético y de Objetivos.

En el **Capítulo II**, se realiza una aproximación a las principales corrientes y teorías en las que se inspira el denominado enfoque territorial del desarrollo rural, marco conceptual básico de esta investigación.

En el **Capítulo III**, se identifica y caracteriza el problema del “*laberinto de signos de calidad ligados a componentes territoriales*”, y se introducen las marcas de calidad territorial como una estrategia de segunda generación que persigue simplificar el mensaje dirigido al consumidor.

En el **Capítulo IV**, se presenta Proyecto Marca de Calidad Territorial Europea, *Calidad Rural*®, como caso de estudio de la Tesis. Se abordan sus orígenes y objetivos, características y particularidades, retos y necesidades, indicando el papel jugado por la investigación que soporta esta Tesis a lo largo de todo este proceso.

En el **Capítulo V**, se describen el marco metodológico y las fases de la investigación. Se hace especial hincapié en el diseño y aplicación de una metodología original, desarrollada *ad hoc* para la evaluación de las marcas de calidad territorial del caso de estudio. Este proceso es la fuente fundamental de obtención de información primaria para esta investigación.

En el **Capítulo VI**, se presentan los resultados la aplicación empírica de esta investigación al universo de 31 marcas de calidad territorial que existen en España.

Finalmente, en el **Capítulo VII**, se recogen las principales conclusiones extraídas del análisis de resultados y se realizan una serie de reflexiones sobre particularidades de la investigación y devenir del Proyecto *Calidad Rural*®. Por último, se enuncian algunas sugerencias para seguir avanzando en la línea de investigación en la que se enmarca la Tesis.

Se completa la Tesis con la **Bibliografía** referenciada a lo largo de todo el documento y con un apartado de **Anexos** que contienen la información básica para los análisis realizados en el cuerpo del texto.

CAPÍTULO II:

MARCO CONCEPTUAL I

El Desarrollo Rural Territorial

La emergencia del Enfoque Territorial del Desarrollo Rural (o Desarrollo Rural Territorial (DRT) se ha producido como consecuencia del fracaso de los enfoques productivistas, hijos de la teoría de la modernización, aplicados a la agricultura, y ante el pobre resultado de otras propuestas que tampoco fueron capaces de resolver los problemas siguientes: a) la inaceptable dimensión de la pobreza rural; b) la seguridad alimentaria global; c) la desactivación y declive rural inducidos por el modelo de desarrollo urbano – industrial; y d) el alarmante deterioro y la creciente escasez del stock de recursos ambientales.

El debate sobre cómo entender y definir el desarrollo ha estado estrechamente ligado a la perspectiva del crecimiento económico durante décadas. Pero los avances en el campo de la Economía del Desarrollo y, sobre todo, los que se han producido en otros ámbitos han ido modificando paulatinamente esa perspectiva, de manera que los economistas intentan responder a los nuevos retos, aunque las nuevas propuestas se encuentren aún escasamente articuladas (INGHAM, 1993). De esa forma convergen hoy, como se plantea en este capítulo, diversas aportaciones de los campos de la Economía, la Geografía y la Sociología, en relación con el papel de la agricultura y el mundo rural y surgen ámbitos científicos mixtos más adecuados para atender al estudio de las nuevas realidades, especialmente desde la generalización de la globalización económica.

II. MARCO CONCEPTUAL I: El Desarrollo Rural Territorial

II.1. ANTECEDENTES

Dado que los diferentes enfoques sobre la forma de entender y aplicar el desarrollo rural se encuentran profundamente relacionados con la evolución de las teorías del desarrollo económico, no es extraño que para algunos autores (KAY, 2004) el análisis de aquellos se haga a partir de la teoría dominante en cada momento (ARANDA, 2011). La evolución cronológica de la hegemonía de cada teoría se puede asociar de una forma bastante fiel a décadas distintas, de la forma siguiente (CEÑA, 2002): a) Las décadas de los 50 y los 60 correspondieron al predominio del paradigma funcionalista, que a través del objetivo crecimiento (ROSTOW, W., 1961; MYRDAL, 1968), tanto en Europa como en los Estados Unidos, propiciaba la modernización de la agricultura, por una parte, y el desarrollo comunitario, por la otra parte; b) en las décadas de los 60 y los 70 tuvieron su oportunidad las aportaciones enclavadas en el estructuralismo, con los modelos centro-periferia y la puesta en práctica de la estrategia ISI¹, en algunos países como Brasil; c) en la década de los 70 se produce la primera gran crisis de la energía y las materias primas y se considera por muchos autores como el principio del fin del periodo *fordista* ligado al objetivo crecimiento, lo que inevitablemente tiene su efecto sobre el papel de la agricultura; surge en esos años el desarrollo rural como estrategia del Banco Mundial², a la vez que se introduce el enfoque de las “necesidades básicas” y, paralelamente, FAO presenta la estrategia de desarrollo rural integrado (FAO, 1974), que trasciende de lo meramente sectorial y que no estuvo exenta de polémica (RUTTAN, 1984 y 1975); d) en la década de los 80 se produce lo que algunos autores han llamado la “contrarrevolución neoclásica”, que devuelve a la agricultura el papel de locomotora de la economía, desde una perspectiva macroeconómica, y que fomenta la industrialización y la exportación (fortalecimiento del sector “agroexportador” y de los complejos agroindustriales o “CAI”).

¹ El llamado Modelo ISI (Industrialización por Sustitución de Importaciones) tiene su origen en la CEPAL, bajo el predominio de las corrientes *estructuralista* y de la teoría de la *dependencia*.

² El entonces presidente del Banco, R. MacNamara, expresó en la Conferencia de Nairobi de 1974 el compromiso de la institución para contribuir a reducir los inaceptables niveles de pobreza rural, con lo que puso en marcha la estrategia de Desarrollo Rural de aquellos años. Dicho compromiso fue reafirmado más recientemente por el presidente James Wolfensohn, en 2002, como consecuencia de que el Banco se hubiera incorporado el año anterior al Grupo Interagencial de Desarrollo Rural (GIA) de América Latina y Caribe, y cuando lo hizo Agencia Internacional de Desarrollo de Estados Unidos (USAID). De la etapa pionera de los 70 son los textos ampliamente citados que aparecen en la Bibliografía de este libro (BANCO MUNDIAL, 1975, 1977), mientras que el texto de 2002 presenta una nueva mirada orientada a la pobreza (BANCO MUNDIAL, 2002).

Por otra parte, PERROUX (1955), citado por DARWENT (1969), había introducido el concepto de “polo de crecimiento económico” en los años 50, basado en la hipótesis de que los espacios que concentraran la inversión y fueran responsables del mayor nivel de crecimiento provocarían un efecto desbordamiento (*trickle-down*) que acabaría por llenar todo el espacio. Los sucesivos fracasos de las teorías en términos de generación de lo que BOISIER (1996) ha denominado el “esquivo desarrollo”, tiene que ver también con los efectos perversos de la revolución verde y afecta, por tanto y de lleno, al papel de la agricultura y a los enfoques previos sobre desarrollo rural.

Es así como, ante la necesidad de explorar nuevos enfoques, le llegó el turno al desarrollo endógeno y a las iniciativas locales. El trabajo de ELLIS y BIGGS (2001) analiza la forma en que se ha abordado la evolución de las políticas de desarrollo rural (más o menos vinculado al sector agrario en cada momento) en los procesos de desarrollo económico desde los años cincuenta. Utilizando un eje de tiempos, estos autores explican cómo las diferentes teorías, estrategias y políticas han afectado al pensamiento en materia de desarrollo rural. De esa forma identifican momentos centrales en lo que podría interpretarse como un cambio de paradigma: desde la perspectiva de los 60, que centraba la atención en la pequeña explotación (abandonando la atención previa concedida a las comunidades rurales) asignando a la agricultura un papel central en el desarrollo, hasta las perspectivas ascendentes (*bottom-up*) de finales de los 80 y los 90. En este sentido, el informe de la Fundación Dag Hammarskjöld (MAX NEF *et al.*, 1986) plantea la pertinencia de que los agentes locales asuman un rol activo y protagonista, mediante estructuras participativas, diversas y representativas, como forma de explorar nuevas vías para el desarrollo, privilegiando la participación y el *empoderamiento* de los actores de la sociedad civil. La emergencia del enfoque de los modos de vida sostenibles (*rural sustainable livelihoods*) y la concentración de esfuerzos para reducir la pobreza rural, completan el panorama de la evolución de la forma de entender el desarrollo rural y abren la puerta a las visiones territoriales actuales, tal como plantea SARACENO (1994).

Para CHAMBERS (1983), la pobreza presenta múltiples formas y se expresa en diferentes realidades, mientras que para SEN (1981, 1999) no debe entenderse como la mera percepción de una renta insuficiente sino como la falta de capacidad real de hacer las cosas que los actores desean llevar a cabo. Y en este sentido, es frecuente que las opciones que ofrece el mundo rural sean menores a las que encuentran los habitantes de las zonas urbanas. Por ello, cabe concluir que la pobreza rural, incluso en un hipotético escenario de que las rentas percibidas en él fuesen

iguales a las obtenidas en el medio urbano, requiere de una particular atención concentrada en la creación de oportunidades.

Por estas razones, diferentes agencias y organismos internacionales han priorizado en sus agendas la atención a este problema en los países menos desarrollados desde los años noventa, mientras que en los espacios regionales más prósperos se vincula el desarrollo de las áreas rurales a aumentar las opciones y oportunidades, aunque no siempre se formule este objetivo de manera explícita. De esta forma, y como se verá en el punto siguiente, en la última década se ha situado la reducción de la pobreza en el “*mainstreaming*” del desarrollo rural en América Latina.

Para DE JANVRY y SADOULET (2004) la pobreza es resultado principalmente de las enormes desigualdades que existen en las zonas rurales de América Latina. Por ello, para estos autores las estrategias de desarrollo rural deberán centrarse, prioritariamente, en reducir tales desigualdades como paso previo para lograr efectos e impactos en términos de mitigación de la pobreza rural. Así, según estos autores, debe incluirse como objetivo de las estrategias de desarrollo rural que los pobres rurales amplíen sus capacidades para elevar sus ingresos y puedan satisfacer sus necesidades básicas. Complementariamente, el trabajo de KAY (2005) ofrece un interesante conjunto de reflexiones sobre la naturaleza de la pobreza rural en América Latina.

Pero la pobreza también castiga a las áreas rurales de los países de la Unión Europea (COMISIÓN EUROPEA, 2008b, 2011; FAO, S/F). Hoy se estima que en la UE hay más de 80 millones de personas (incluyendo 20 millones de niños) en riesgo de pobreza, y de esos habitantes una tercera parte residen en áreas rurales alejadas y escasamente pobladas. Además, las recientes ampliaciones de la UE han provocado que los porcentajes de población en riesgo de pobreza en las áreas rurales haya crecido dramáticamente.

Para la COMISIÓN EUROPEA (2008b) los cuatro círculos viciosos que explican la pobreza rural europea son los siguientes: 1) Demográfico: población vulnerable, economía débil, baja tasa de nacimientos y emigración; 2) Asilamiento: escasas infraestructuras, economía débil, emigración y baja densidad de población; 3) Educación: bajo nivel educativo, baja tasa de empleo, alta tasa de pobreza; 4) Mercados de trabajo: escasas oportunidades de empleo, emigración, oferta de trabajo poco cualificada, poco atractivo para inversión. Por estos motivos, la Estrategia *EUROPA 2020* (COMISIÓN EUROPEA, 2010a) se propone sacar de ese riesgo al menos a 20 millones de personas, mediante programas que prioricen las medidas

para mejorar la inclusión o reducir el riesgo de exclusión social y económica, a partir de la ruptura de los círculos viciosos anteriores.

A partir de los resultados y los fracasos de los enfoques aplicados a lo largo de las décadas mencionadas, existe una gran coincidencia en señalar que los desafíos que plantea el desarrollo rural hoy exigen planteamientos creativos, que articulen las actividades agrarias y no agrarias con enfoques multisectoriales, dando lugar a la emergencia, en su caso, de un nuevo paradigma en torno al cual se articulen las políticas de desarrollo rural (ELLIS y BIGGS, 2001).

II.2. ORIGEN

II.2.1. Nacimiento europeo

El origen del enfoque territorial, que se sitúa en la Unión Europea, es consecuencia de la crisis de legitimidad por la que pasaba la PAC en tiempos de la Ronda Uruguay del entonces GATT. El “nuevo” desarrollo rural (no se hablaba aun de enfoque territorial) fue realmente una coartada negociadora ya que podía ser incluido en la “*caja verde*” en la que se clasifican las medidas que no distorsionan el comercio internacional, según se exigía desde el Grupo de Cairns y desde los Estados Unidos.

Ante la necesidad de responder a las presiones internas y externas, que demandaban una reforma de la PAC orientada a recuperar la legitimidad perdida, la Unión Europea planteó los cimientos de su nueva estrategia de desarrollo rural en *El Futuro del Mundo Rural* (COMISIÓN EUROPEA, 1988). En este documento se identificaban los siguientes retos para las áreas rurales europeas: i) la necesidad de revalorización de la imagen de los territorios rurales; ii) la necesidad de implicar a la población rural en la gestión de su propio desarrollo, es decir “desde abajo” y no “desde arriba” como directrices emanadas por los poderes públicos; y iii) la necesidad de valoración de las nuevas funciones asignadas a la agricultura y a los recursos naturales.

Son muchos los autores que le reconocen a ese documento el papel seminal del actual enfoque territorial del desarrollo rural, debido a que plantea tres elementos muy novedosos en su momento: a) superar la visión sectorial del medio rural y pasar a considerarlo como un territorio de actividad, sujeto y objeto de estrategias de desarrollo; b) ampliar los objetivos de la agricultura, incorporando nuevas funciones demandadas por la sociedad, tales como la protección del medio ambiente y la conservación del patrimonio; c) integrar el desarrollo agrario en un enfoque multisectorial, orientado a la diversificación económica, para el desarrollo de las zonas

rurales. Para lograr el salto desde la tradición agrarista a este nuevo enfoque territorial, se planteó ya entonces la necesidad de ligar las estrategias de desarrollo rural a la articulación social y a la calidad de los recursos humanos, apoyándose en la identidad local como argumento aglutinador.

La Iniciativa Comunitaria LEADER³, surgió con carácter experimental y demostrativo (RAY, 2000a), para aplicar estas nuevas ideas sobre desarrollo rural. El objetivo de LEADER fue doble: revitalizar las zonas rurales y apoyar al medio rural con medidas diseñadas para fomentar la diversificación desde una perspectiva territorial integral. Nació con el propósito de servir de semillero sobre el que replicar o difundir las mejores prácticas y analizar las causas de los mejores resultados.

Este enfoque tan innovador, marcadamente diferente al de mero apoyo a las rentas de los agricultores, motivó una fuerte reacción de los lobbies agrarios contra el “experimento” de la Comisión. Y desde la perspectiva que dan los años, cabe interpretar que esa reacción no se debió tanto a una pugna por los escasos recursos asignados al programa (según se dio a entender en su momento y se ha vuelto a repetir en los últimos debates de reforma de la PAC), como a una toma de posición táctica de las organizaciones agrarias, que pudieron plantear esa confrontación como una cuestión de principio, pretendiendo evitar una eventual desviación de los objetivos y medidas de la PAC y la emergencia de nuevos actores intermedios (RAMOS y GALLARDO, 2009).

Aunque no se pretende entrar en el análisis las relaciones entre la política agraria y la política rural de la Unión Europea⁴, sí resulta pertinente decir que la posición de resistencia que iniciaron los agricultores a partir de la Conferencia de Desarrollo Rural de Cork⁵ pecó de poco vuelo. Los debates generados en los seis grupos de trabajo en que se organizó la conferencia dieron lugar a una Declaración final (CONFERENCIA DE CORK, 1996). En esa Declaración, también denominada “*Decálogo*” se plantean puntos esenciales del enfoque territorial para un desarrollo rural sostenible y se

³ La Iniciativa Comunitaria LEADER (*Liaisons entre activités de Développement de L'Economie Rural*) se desarrolló en tres fases: LEADER I (1991-1995), LEADER II (1996-1999) y LEADER+ (2000-2006). Actualmente, para el periodo de ejecución 2007-2013, a través del FEADER (Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural), el enfoque o metodología LEADER se aplica como eje transversal de otros tres ejes: 1) Competitividad de la agricultura; 2) Medio Ambiente y gestión del territorio; 3) Diversificación de la economía rural y calidad de vida.

⁴ Puede sorprender que PAC y Política Rural se planteen repetidamente en algunos foros como dos cosas distintas, cuando desde la Agenda 2.000 el Desarrollo Rural es “*el segundo pilar de la PAC*”.

⁵ La Conferencia de Desarrollo Rural “*La Europa rural - perspectivas para el futuro*”, celebrada en Cork (Irlanda) en 1996, fue promovida por el entonces Comisario de Agricultura Franz Fischler, para sentar los cimientos de la futura política de desarrollo rural. Una nutrida asistencia con presencia de representantes de Estados Unidos, Canadá y Japón, pone de manifiesto la relevancia y oportunidad de una reflexión encaminada a conseguir un “*medio rural vivo*”. Más información sobre este evento esencial en la construcción de la mirada territorial del desarrollo rural puede encontrarse en: <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-es/biblio/cork/intro.htm>

establece con claridad el papel esencial de la agricultura para lograr “*un medio rural vivo*”. De hecho, como planteó HERVIEU (1996) la agricultura y el territorio en el que se lleva a cabo están indisolublemente unidos, y el carácter multifuncional de la primera es esencial para el desarrollo del territorio rural y viceversa.

El enfoque de desarrollo rural europeo de la década de los 90 se caracterizó por el esfuerzo de animar la puesta en marcha de estrategias territoriales sostenibles, basadas en la innovación y en los recursos endógenos, y prestando una particular atención a mejorar la calidad de vida de la población rural (PACIANNI *et al.*, 2001).

Con la formulación de las llamadas siete *especificidades*⁶ del programa LEADER (OBSERVATORIO EUROPEO LEADER, 1999a) se pretendía simplificar el trabajo de los actores implicados en la formulación y gestión de las estrategias territoriales, a la vez que orientar a las Administraciones Públicas de los Estados miembros que actuaron como “*organismos intermediarios*”⁷.

Entre las novedades que incorporó el programa destacan dos requisitos: a) la “construcción consensuada” de un territorio; y b) la formulación, igualmente basada en las opiniones y equilibrios de los actores locales, de un “proyecto de territorio” asumido con carácter plurianual. La atención debe centrarse en las novedades “conceptuales” del programa. El nuevo enfoque propone la movilización de los actores locales y se plantea con una marcada orientación de *competitividad sistémica territorial*, ya que pretende incorporar con carácter estratégico diferentes tipos de elementos locales, presididos por la concertación público-privada, que conduzca a entornos innovadores con futuro.

Estas novedades están en sintonía con el *hexágono* de factores para el desarrollo regional presentado por BOISIER (1997) en lo que él llamó “una línea de razonamiento *hirschmaniana*”⁸. A partir de la combinación de un conjunto de factores propone una sugerente metáfora a la que da el poético nombre de “*el vuelo de una cometa*”. Para el autor, el hexágono es la cometa, mientras que su *vuelo* es posible gracias al efecto combinado de los tres elementos siguientes: 1) la cometa vuela

⁶ En las *especificidades* que se mencionan a continuación se concentran el alma y la esencia del entonces recién nacido “*nuevo enfoque del desarrollo rural europeo*”: 1) el enfoque territorial; 2) en enfoque ascendente; 3) el grupo local; 4) el carácter innovador de las acciones; 5) los vínculos entre las acciones (enfoque integrado, multisectorial); 6) la el trabajo en red (a nivel regional, nacional y europeo) y la cooperación transnacional; 7) las modalidades de gestión y financiación.

⁷ Se dio ese nombre a la institución de cada Estado miembro que fue responsable administrativo de la aplicación del programa. En el caso español correspondió al entonces Ministerio de Agricultura.

⁸ Este adjetivo lo utilizó el autor en referencia a los trabajos de Hirschman, debido a que lo que consideraba más relevante no era tanto el nivel que alcanzasen o el efecto que generasen cada uno de esos factores, sino el efecto sinérgico o la acción combinada de todos ellos.

gracias a la “brisa” que la levanta del suelo (los factores exógenos, especialmente el crecimiento económico territorial); 2) la cometa recoge convenientemente la brisa gracias al cerebro que la ha diseñado y a la mano que la ha construido (el capital social y otros recursos territoriales); 3) la cometa se eleva y se mantiene en el aire, y ejecuta maniobras y piruetas, gracias a la ingeniería y al “arte” del desarrollo territorial (el proyecto de territorio, la acción colectiva y los procedimientos de las organizaciones).

II.2.2. La relectura latinoamericana

A partir de la experiencia europea, SARACENO (2000) planteó la utilidad que el enfoque territorial para el desarrollo rural podría tener para América Latina. La “relectura latinoamericana” de este enfoque se ha producido en dos planos, que han aparecido de forma casi simultánea y con una fuerte conexión entre ellos: el de la reflexión analítica sobre la realidad rural (el *qué* y el *por qué*), y el de las propuestas de actuación en materia de desarrollo rural (el *cómo* y el *para quién*).

El primer plano corresponde a una agenda de investigación latinoamericana que ha sido bautizada como la “*nueva ruralidad*”. Diferentes grupos de investigadores en varios países de la región han venido reflexionando sobre el papel que juegan los espacios y las sociedades rurales y sobre lo que deberían ser los procesos de inclusión, y transformación social y productiva de los mismos.

En ese esfuerzo de interpretar las transformaciones que está viviendo el medio rural y de desarrollar herramientas para ello, son dignas de mención algunas aportaciones con las que se presenta “en sociedad” el concepto y se baliza su agenda de trabajo. En este sentido, destacan los papeles del IICA (2000), PÉREZ (2001, 2004) y ECHEVERRI y RIBERO (2002), que a partir de una pregunta retórica (*¿una nueva realidad latinoamericana?*) diagnostican la situación de partida constatando la acentuación de los desequilibrios en el medio rural y la necesidad de reducir la pobreza, y llegan a la conclusión de que el desarrollo debe focalizarse a los territorios.

Las aportaciones a la corriente de la *nueva ruralidad* se han generado como respuesta a los desafíos que provoca la globalización (TEUBAL, 2001) y con la mirada puesta en una nueva generación de iniciativas de desarrollo rural, insertas en el desarrollo sostenible y diseñadas y aplicadas con enfoque territorial.

El segundo plano corresponde a la emergencia de una nueva propuesta de desarrollo rural con enfoque territorial, que es tributaria de los trabajos elaborados bajo la perspectiva de *nueva ruralidad* y que no es ajena al hecho de que, desde cualquier

punto de vista, los resultados de la agricultura latinoamericana son menos satisfactorios que hace 30 años (BERDEGUÉ *et al*, 2008). Como dice ARANDA (2011), citando a SCHEJTMAN y BERDEGUÉ (2003); SEPÚLVEDA *et al*. (2003) y DE JANVRY y SADOULET (2004): “*El enfoque sectorial y tecnológico (revolución verde, titulación de tierras y riego) funcionan bien cuando hay condiciones adecuadas de activos y contexto, pero cuando hay ausencia de activos y otras condiciones es necesario acudir al enfoque territorial*”.

Los tres grupos de autores citados en el párrafo anterior pueden considerarse representantes de los tres principales ejes de implantación y disseminación del enfoque territorial en/para América Latina: RIMISP-BID, IICA, y la Universidad de Berkeley – Banco Mundial. De una forma más o menos explícita, dichos autores reconocen la relevancia del precedente europeo de este enfoque, basado en la Iniciativa LEADER, además de señalar la experiencia canadiense de los *partenariados rurales*⁹ (*rural partnerships*) y las propuestas de determinados organismos de cooperación al desarrollo.

El enfoque territorial se está consolidando en la región porque a partir de las propuestas teóricas está calando la convicción de su importancia para mejorar los efectos económicos, sociales y ambientales de políticas y programas. Por esta razón, un número creciente de organizaciones locales, gobiernos y organismos internacionales comparten su interés por este nuevo enfoque. No obstante, son aun muchos los interrogantes que se plantean sobre la aplicación del enfoque, es decir sobre la forma de llevarlo a la práctica. Cuestiones relativas a la forma de crear los territorios y a la dimensión más eficaz de los mismos, la articulación horizontal y vertical entre actores, o el tipo de organización más adecuada para gestionar estos procesos, son solo algunas de esas cuestiones (FAO-BID, 2007).

Compartiendo los puntos de partida, los tres focos de producción intelectual mencionados más arriba hacen una propuesta que define el desarrollo rural como una transformación que incluye simultáneamente dos dimensiones: la productiva y la institucional. Y el hecho de plantear la necesidad de acometer la transformación en ambas dimensiones es lo que da un carácter nuevo y específico a la propuesta. De esta forma, las diferentes aportaciones plantean también la pertinencia del enfoque

⁹ La experiencia canadiense de los *partenariados rurales* se concentra en los objetivos siguientes: a) el desarrollo innovador de potencialidades no explotadas; b) la mejora de la competitividad rural; c) la obtención de valor añadido a partir de los recursos específicos rurales. Para una información más detallada puede consultarse el sitio web oficial en: <http://www.rural.gc.ca/RURAL/display-afficher.do?id=1230057084263&lang=eng>

ascendente (*bottom-up*) y la articulación de los espacios rurales en los flujos dominantes de las economías, bajo una mirada de desarrollo sostenible. A partir de ese punto común, los autores definen objetivos que pueden presentar diferencias menores, pero que coinciden en orientarse para la superación de la pobreza rural y para lograr la competitividad de los territorios rurales.

La propuesta para América Latina toma en consideración, entre otras cosas, las características del medio rural, la diversidad institucional y las numerosas oportunidades que puede aprovechar el medio rural con el nuevo enfoque así como la necesidad de la articulación con las corrientes dominantes de la economía de la región latinoamericana.

La nueva propuesta latinoamericana puede sintetizarse en los elementos siguientes:

- Considera necesario superar el enfoque sectorial, para centrar la mirada en los territorios rurales como destinatarios de las nuevas políticas y estrategias.
- Plantea un nuevo tiempo de relaciones rural – urbano del que surjan flujos nuevos de conexión y complementariedad sostenible.
- Establece que es necesario superar la perspectiva de protección ambiental que domina la forma de actuación en relación con los recursos naturales y plantea la conveniencia de sustituirla por el resultado de la interacción entre las dimensiones ambiental económica, social e institucional.
- Concede una importancia capital a complementar los tradicionales esquemas *descendentes* con otros de *abajo-hacia arriba* que, a la vez que reconozcan las heterogeneidades de los diferentes espacios, amplifiquen y liberen la potencialidad de los actores locales.
- Plantea la necesidad de incorporar los conceptos de cadena de valor, con el objetivo de que el medio rural capture una porción mayor del valor añadido total. Para ello, considera necesario el carácter multisectorial de las estrategias y considera imperiosa la necesidad de ligarlas a los territorios.
- Pone de manifiesto la importancia de la innovación y la progresiva introducción del concepto de competitividad, entendida en su acepción sistémica territorial.
- Atribuye una importancia central a la creación o fortalecimiento del capital humano y del capital social en cada territorio, subrayando la importancia de las redes para este propósito.

- Destaca la importancia de rescatar y poner en valor los conocimientos locales tradicionales, mediante estrategias de gestión del conocimiento, que permitan extraer mayor valor añadido, a la vez que faciliten la convivencia de los saberes tradicionales con la introducción de nuevos conocimientos.
- Otorga importancia a la ordenación territorial como complemento de las políticas de descentralización.

Las aportaciones latinoamericanas reconocen que existe un alto grado de convergencia en las experiencias previas aplicadas en otros espacios regionales, y que son una rica fuente de inspiración para acometer los retos a los que se enfrentan la agricultura y el medio rural latinoamericano, a la vez que señalan el interés de aportaciones provenientes de otros campos científicos. Sin embargo, y a pesar de ese interés y de la necesidad del nuevo enfoque, el desarrollo rural territorial no ha alcanzado aún el *status* de una nueva teoría debido a las razones siguientes: “1) *la insuficiente integración de los avances teóricos disciplinarios*; b) *la insuficiente evidencia sobre la eficacia de los nuevos enfoques, debido a que las experiencias son aún pocas y recientes y*; c) *los organismos internacionales y los gobiernos aún no terminan de dar el paso desde la visión a la acción*” (SCHEJTMAN y BERDEGUÉ, 2003).

Para SEPÚLVEDA *et. al* (2003), en el tránsito hacia ese nuevo paradigma con enfoque territorial, en América Latina, se hace necesario superar la tendencia conceptual (y la praxis) de considerar el desarrollo rural con carácter asistencial, para convertirlo en una verdadera estrategia de desarrollo. Pero no es tarea fácil ya que ese nuevo escenario requiere de una serie de cambios conceptuales y operativos no exentos de dificultad. Entre ellos, los autores destacan los siguientes:

- Integrar lo económico y lo político para reducir las enormes fisuras sociales y las brechas territoriales que caracterizan a la región.
- Reconstruir el concepto de lo rural, integrando la dinámica de los grupos sociales y las relaciones de lo rural con los recursos naturales, por un lado, y con las áreas urbanas, por otro lado.
- Considerar lo ambiental en las relaciones entre los países pobres y ricos, de forma que se pueda garantizar a medio y largo plazo la provisión de dichos bienes públicos globales.
- Pasar del manejo de las externalidades ambientales a los mercados de servicios ambientales, de forma que quienes generen esas externalidades

positivas obtengan la correspondiente remuneración por ellas, ya sea a través del mercado (caso del turismo rural y de alguna otra actividad) o mediante políticas públicas.

- Superar la perspectiva de la economía agrícola para llegar a la economía territorial, a partir del carácter necesariamente multisectorial de las actividades que es posible realizar en el medio rural.
- Transcender de la mera participación, para lograr la cooperación local, liberando las posibilidades de desarrollo que se derivan del empoderamiento de la sociedad civil mediante la implantación de un sistema de asunción de responsabilidades y autogestión de carácter contractual.
- Implantar un nuevo ordenamiento territorial, basado en la transformación de competencias y funciones, desde el ámbito nacional al subnacional, según corresponda en cada caso.
- Superar la visión sectorial del desarrollo rural pasando a considerar la articulación de las políticas sectoriales y las macroeconómicas desde un enfoque territorial.

II.2. FACTORES CLAVE

El enfoque territorial implica establecer una clara distinción entre los conceptos de espacio y territorio, y requiere establecer debidamente la acepción de este último término. Así, RAFFESTIN (1993; citado por SCHNEIDER y PEYRÉ, 2006) entiende el espacio como el patrimonio natural existente en una región definida, mientras que para SÁNCHEZ (1991) el espacio geográfico es el soporte o el lugar en el que se dan las relaciones sociales y se producen las actividades económicas.

Aunque inicialmente el concepto de territorio surgió en el campo de las ciencias sociales, otras ciencias fueron incorporando el término al quehacer de sus respectivos campos de investigación. Así sucedió con la Economía, la Sociología y la Ciencia Política (ARANDA, 2011). De esta forma, las diferencias entre *espacio* y *territorio* tienen que ver con el papel que jueguen los actores sociales y las relaciones o lazos que surjan entre ellos como consecuencia de dicho papel (BRUNET, 1990).

Algunos autores han ido más allá, estableciendo que el territorio es un espacio construido socialmente (PECQUEUR, 2001). Esta acepción expresa que el territorio surge de un acto de volición a partir de una cultura y unos valores comunes y orientado a acometer un proceso de transformación y desarrollo (BARDAJI *et al.*,

2008; MARSDEN, 1998). La solidaridad que existe entre los actores que dan lugar a esa construcción social está fuertemente relacionada con la identidad y el sentido de pertenencia al lugar en el que viven y desarrollan sus actividades (FLORES, 2007). Pero un fuerte sentido de identidad no evita, o al revés, que surja lo que CRUICKSHANK (2009) denomina los *conflictos* entre las fuerzas y los discursos modernizadores y los que enfatizan el desarrollo local.

La “territorialidad”, o conjunto de relaciones que existen en un territorio, es el resultado de un proceso de “construcción social” que se basa en esos activos que no se encuentran en ningún otro lugar y que, por tanto, son la esencia de las especificidades que puede aprovechar estratégicamente cada territorio (RAY, 1998), para diferenciar sus productos en los mercados mundiales. Para otros autores, es necesario crear o fortalecer redes de producción – consumo para aprovechar las oportunidades que ofrecen los nuevos nichos y la lógica actual de la demanda (RENTING *et al.*, 2008).

Para el IICA, (SEPÚLVEDA *et. al.*, 2003) de esta concepción de territorio, en relación con el desarrollo rural, se derivan al menos las cuatro ventajas siguientes:

- *explica mejor las relaciones intersectoriales y potencia el trabajo multidisciplinario;*
- *permite integrar los ejes fundamentales del desarrollo sostenible; es decir, los aspectos de organización económica, de relación con el medio natural, de organización social y política, y de articulación de los elementos culturales del territorio;*
- *permite entender y gestionar el desarrollo más eficientemente, en colaboración con los actores locales; y*
- *potencia la integración del conocimiento acumulado por nuestras sociedades a fin de alcanzar un desarrollo armónico y democrático.*

Esta perspectiva, que establece que el territorio es un activo estratégico en sí mismo, fue planteada con toda claridad por la COMISIÓN EUROPEA (1988) cuando definió el territorio rural como: “*Un tejido socio-económico que abarca un conjunto de actividades diversas, más allá de las agrarias, que realiza unas funciones vitales para la totalidad de la sociedad como zona amortiguadora de regeneración indispensable para la conservación del equilibrio ecológico y medioambiental y como lugar privilegiado para el recreo y esparcimiento*”. Por su parte, GAROFOLI (1992) considera el territorio como la sedimentación de factores históricos, sociales y

culturales interrelacionados, que generan procesos diferenciados de desarrollo derivados directamente de las especificidades locales; desde una perspectiva diferente, RODRÍGUEZ (2008) revisa el papel de las especificidades para conformar un territorio como activo estratégico de un Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL), con lo que se vislumbra la convergencia de aportaciones en campos diferentes, hacia el territorio como nueva categoría analítica, que cobra especial relevancia en las estrategias de desarrollo rural de una nueva generación de políticas y estrategias.

La construcción de un territorio guarda, por tanto, una relación estrecha con el sistema cultural, los valores y los símbolos de identidad local, que permiten a sus actores generar y utilizar códigos territoriales que facilitan la autoidentificación y el sentido de pertenencia VAN DER PLOEG (1990, 1992). Y, como consecuencia de ello, hay que considerar que la identidad evoluciona en la medida en que lo hacen los elementos sobre los que se construye (HALFACREE, 2012). En estos elementos singulares, conocidos, reconocidos y alimentados por la lógica de relaciones locales, se generan diferentes oportunidades de desarrollo económico, en la medida en que el sistema local sea capaz de generar elementos de diferenciación que puedan llegar a los mercados como estrategias de puesta en valor de tales recursos. Es lo que se conoce como economía de la cultura, que RAY (1998) ha explicado en relación con el desarrollo rural.

En esta misma dirección, se sitúan las aportaciones y los proyectos de identificación y valorización de la identidad territorial rural que llevan a cabo RIMISP e IICA, poniendo de manifiesto el rico y variado mosaico de identidades que se mantiene vivo en el mundo rural de América Latina.

Para RAMOS *et al.* (2008) la construcción y/o el fortalecimiento de la identidad de los territorios rurales puede mejorar la calidad de vida y resulta un activo irremplazable para lograr la competitividad de los territorios implicados. Efectivamente, ante las presiones de homogeneización cultural que se derivan de la globalización, los territorios rurales de la Unión Europea (FONTE y RANABOLDO, 2007) son ejemplo de “*saber hacer*”, aprovechando las identidades o las “micro” identidades, para poner en marcha estrategias de desarrollo basadas en la diferenciación y, frecuentemente, ligadas a criterios de calidad diferencial (TREGGAR *et al.*, 2007; BENEDETTO, 2006; BARHAM, 2003;). Este fenómeno resulta especialmente relevante en los países más meridionales de la UE, pero como dicen BOWEN y DE MASTER (2011) no está exento de peligros ya que puede producir los efectos opuestos a los que persigue,

mientras que JOSLING (2006) lo considera una distorsión de la competencia en términos de mercado internacional.

Si el territorio significa construcción social sobre la base de una identidad compartida, para el desarrollo territorial es necesario, además, que esa dinámica se dirija al diseño de un proyecto de desarrollo territorial y que se produzca la apropiación del mismo por parte de los actores locales, como síntesis del debate en que se hayan contrapuesto y resueltos los conflictos provenientes de los diferentes intereses y objetivos en juego. De esta forma, según PACCIANI *et al.* (2001), la construcción del territorio se consolida gracias a una visión compartida de sus desafíos y de la forma de enfrentarlos. Según el OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1999b), la elaboración del proyecto de territorio tiene por finalidad lograr que los actores privados y las organizaciones del territorio alcancen o fortalezcan las cuatro capacidades siguientes: 1) la de valorar su entorno; 2) la de acción colectiva; 3) la de crear vínculos entre los sectores locales, para retener la mayor parte posible del valor añadido; 4) la de establecer flujos con otros territorios rurales y urbanos.

Al formular y ejecutar un proyecto de desarrollo territorial cobran un papel primordial los recursos que componen el capital territorial. Este capital es algo dinámico ya que la valoración que los actores locales dan a sus propios recursos se modifica con el tiempo, al igual que su capacidad o voluntad para transformarlos en ejes estratégicos del proyecto territorial. Para PECQUEUR (2004) estos recursos son de dos tipos: genéricos y específicos; mientras que para ALBURQUERQUE, (1999) y AROCENA, (1999) los recursos específicos revisten una importancia nuclear de cara a elaborar estrategias de acumulación basadas en la diferenciación, debido a la necesidad que tienen los territorios económicamente menos competitivos para situarse en escenarios de competencia monopolística en lugar de actuar como precio aceptantes, contribuyendo de esta forma al proceso de “*territorialización*” (ARANDA, 2011).

II.3. APORTACIONES DE OTRAS CORRIENTES

Mientras en materia de agricultura y mundo rural se ha ido imponiendo la visión territorial, ante la necesidad de encontrar nuevas propuestas para abordar la solución de problemas que no han podido superarse con las teorías aplicadas hasta el momento, en otros campos se han ido aportando otras perspectivas que, con mayor o menor grado de cercanía temática, constituyen hoy otras tantas formas de ampliar y fortalecer las propuestas de carácter territorial. En este sentido, se plantean a continuación algunos argumentos y corrientes que pueden considerarse convergentes

o concomitantes con el enfoque territorial expuesto, desde las teorías de: a) la Agencia; b) Capital Social; c) Acción Colectiva; d) Organización Industrial; e) Desarrollo Local; f) *Milieux innovateurs*; a la g) Nueva Economía Institucional.

II.3.1. Agencia, Capital Social y Acción Colectiva

La Teoría de la Agencia trata de las relaciones entre un actor que “delega” una responsabilidad (el *principal*) y otro que “actúa” asumiendo ese papel (el *agente*). Diferentes tipos de contratos pueden establecer la forma en que se establece esta “delegación”. Como plantea PINHEIRO (2011), la Teoría de la Agencia considera la búsqueda del interés propio, la racionalidad limitada y la aversión al riesgo, como aspectos fundamentales de la naturaleza humana, que condicionan y explican el comportamiento del *agente* y sus relaciones con el *principal*. Esta Teoría presenta elementos interesantes en relación con el enfoque territorial del desarrollo rural en la medida en que puede explicar (a través de la diferente aversión al riesgo de unos y otros) la forma en que se construye o se obstruye la construcción de un nuevo escenario de relaciones (EISENHARDT, 1989), así como la forma en que los grupos sociales pueden demandar un cambio institucional, tal como estudió LIVINGSTON (1985) para los recursos hídricos.

Para OSTROM (1994) el capital social y cultural de un espacio consiste en el acervo de conocimientos locales a partir de los cuales se genera un proceso de desarrollo de tipo endógeno, basado en el sentido de territorialidad de sus actores. BOURDIEU (1997, 2003) interpretó el concepto de capital social en base a las estructuras sociales que diferencian a las sociedades y que, a partir de los “*bienes simbólicos*” que comparten, dan lugar a diferentes procesos, que caracterizarán la dinámica de cada lugar en cada momento.

Complementariamente a esta visión, otros autores han planteado que el capital social se basa en relaciones de confianza que unos actores manifiestan en relación con el comportamiento de otros, lo que da lugar a la aparición de redes sobre las que se construyen todo tipo de proyectos de carácter individual y colectivo (PUTNAM, 1993; INGLEHART, 1998; citados por ARANDA, 2011)

De esta forma, si el capital social implica conocimientos compartidos y relaciones de confianza que facilitan la construcción de redes, ATRIA (2003) da un paso más allá al plantear el capital social como la capacidad para movilizar a los actores locales con fines productivos y en beneficio de la comunidad, razones por las que UPHOFF (2003) lo considera esencial para reducir la pobreza.

Por su parte, DURSTON (2003) establece que las sociedades que son capaces de generar relaciones de confianza obtienen unos resultados sensiblemente mejores que aquellas que carecen de ese activo, gracias a las conductas de reciprocidad que se establecen en los actores de las primeras.

La Teoría del Capital Social presenta, por tanto, una estrecha relación con la de la Acción Colectiva ya que cuando se dan relaciones de confianza de forma generalizada entre los actores de un territorio resulta más fácil, y es más probable, que se acometan proyectos de forma colectiva para el beneficio del conjunto de esa sociedad. Sin embargo, incluso en esos casos nada garantiza que no surjan comportamientos “egoístas”¹⁰ que la literatura denomina “free-rider”. Este tipo de comportamientos son frecuentes en el uso de *bienes públicos* y de *bienes comunes* y han dado lugar a una abundante producción en el campo de la Economía Ambiental en relación con los fallos de mercado, agrupándose recientemente bajo el llamado “dilema del prisionero”¹¹ (TRUCKER, 2002). La existencia de *free-riders* en una estructura de interacción colectiva podría llegar a poner en peligro los objetivos comunes si ese comportamiento “egoísta” se generalizara e impidiera la extensión del proceso a la mayoría de la población. En tales casos, la literatura sugiere diferentes métodos para controlar ese tipo de conducta, tanto desde el campo de la Economía como desde el de la Sociología.

OLSON (1971) desarrolló su teoría de la Acción Colectiva, en relación con las ganancias que pueden obtener los actores de un territorio cuando cooperan para la conservación de la identidad y el mantenimiento de recursos naturales comunes. Para OSTROM (1990) el comportamiento “egoísta” surge cuando un grupo de actores de un territorio concluye que las ganancias individuales que obtendrían al no cooperar en el uso y mantenimiento de un recurso común serían mayores que la que obtendrían si cooperaran. Naturalmente, en ambos casos, la mayor ganancia obtenida de la no cooperación se obtiene en la medida en que el resto de la comunidad si coopere para mantener el recurso común, ya que en caso contrario no existiría esa ganancia para nadie. Por tanto, esta cuestión puede establecerse como un mero problema de

¹⁰ Este término “egoísta” equivale en este sentido al de “oportunista”, es decir: el comportamiento de quien sabe o intuye que puede obtener una mayor ganancia si no coopera que si lo hace, siempre que no exista medio de que pueda ser excluido del uso del recurso común por el hecho de no cooperar.

¹¹ El “dilema del prisionero” o “dilema de Trucker” (llamado así en honor del autor que lo formalizó teóricamente; TRUCKER, 2002) forma parte de la Teoría de Juegos y plantea la contradicción entre las partes que se plantean si les interesa cooperar o no. Dado que se trata de un “juego” que no es de suma nula, el resultado de cada parte será diferente según la opción elegida por el oponente, sucediendo que ambos estarán en mejores condiciones al final si cooperan, pero en el caso de no hacerlo el *free-rider* será quien obtenga el mayor beneficio que atribuya la matriz del juego. Se trata, por tanto, de una aproximación teórica de mucha aplicación para analizar estrategias en escenarios de acción colectiva.

incentivos: el grupo de *free-riders* no estará dispuesto a cooperar en la medida en que no encuentre incentivo suficiente para hacerlo, ya que es consciente de que su ganancia individual será superior a la alícuota de la ganancia colectiva en el caso de que sí lo hiciera.

HUMPHREY y SCHMITZ (1996) analizan la forma en que las redes y la acción colectiva puede mejorar la competitividad de las empresas pequeñas y medianas, y revisan la experiencia europea y la de países en desarrollo destacando el papel de los gobiernos regionales y proponiendo lo que llaman el “*enfoque de la triple C*”. MURDOCH (2000) considera que la construcción de redes puede estar dando lugar a un nuevo paradigma de desarrollo rural, entre los enfoques endógenos y los de carácter exógeno.

La perspectiva de la Acción Colectiva resulta de gran utilidad para el enfoque territorial del desarrollo rural ya que para éste la conservación y el aprovechamiento adecuado de los recursos que componen el capital territorial (incluido, especialmente, el capital social) es una parte esencial del proceso de construcción de un territorio, en los términos que han sido expresados más arriba. Precisamente esa perspectiva es la que ha utilizado el programa europeo LEADER (NARDONE *et al.*, 2010).

II.3.2. De los Distritos Rurales a los Entornos Innovadores

En el campo del desarrollo industrial, han surgido otros enfoques que igualmente contribuyen a la formalización e implantación del enfoque territorial del desarrollo rural. Así, la teoría de la organización industrial de MARSHALL (1890) parte del análisis de la concentración geográfica de la industria, a partir de lo cual propone una unidad territorial (*distrito industrial*) como unidad de estudio con fines de desarrollo económico. Sobre dichas unidades territoriales, esta teoría plantea un modo de organización que resultará fundamental para la posterior construcción de los fundamentos del desarrollo económico local. Efectivamente, para esta aportación a la organización industrial, cobran especial importancia las economías externas surgidas de la “*aglomeración*” (o *cluster*, usando el término inglés), gracias a las interdependencias locales. Es relevante que esta reincorporación del territorio como categoría analítica permite superar el enfoque neoclásico de la teoría de la localización, centrado en la empresa y sus economías de escala internas relacionadas con la dimensión empresarial, por lo que se trata de una perspectiva mucho más fértil.

En la medida en que empezó a agotarse el modelo *fordista*, se comenzó a superar la marginación teórica de que habían sido objeto los enfoques de desarrollo económico de base territorial (o local). De esa forma, poco a poco se han ido

implantando los principios de la producción flexible local en sustitución de los viejos planteamientos que perseguía la producción en cadena como forma de obtener economías de escala (ALBURQUERQUE, 2004).

La novedosa aportación de Marshall, mediante la que concede al territorio un papel preponderante como unidad de análisis, superando la visión neoclásica centrada en la empresa aislada, fue releída y reinterpretada por BECATTINI (1979) gracias a lo cual se dispone hoy tanto de un modelo de industrialización como de un paradigma de desarrollo local (SFORZI, 2008). En línea con este enfoque, las iniciativas de desarrollo económico local son consecuencia de un complejo juego de factores surgidos desde los territorios, entre los que destaca la movilización de sus actores públicos y privados. De esta forma, para el desarrollo local resultan fundamentales los recursos territoriales basados en la cultura, la identidad, la diversidad y la producción flexible surgidas como síntesis de las características generales y específicas de cada territorio. A partir de estas aportaciones, CASTILLO y GARCIA (2011) proponen una adaptación del concepto de distrito industrial para el desarrollo rural, al que llaman *distrito rural* y sobre ese concepto elaboran un interesante análisis basado en el enfoque centro - periferia.

El Desarrollo Endógeno (BOISIER, 1997) se produce en cuatro planos que requieren de sutiles complicidades y profunda cooperación entre ellos: a) el económico, ligado a los procesos de acumulación; b) el político, relacionado con la descentralización; c) el científico y tecnológico, basado en la capacidad del sistema local para generar los impulsos de innovación y cambio; d) el cultural, como factor generador de identidad territorial. Cuando estos planos no se coordinan debidamente, surge la entropía en lugar de la sinergia esperada.

Para VÁZQUEZ BARQUERO (1995) la *endogeneidad* está definida principalmente por la especificidad territorial, mientras que DE MATTOS (1996) plantea que la naturaleza de los modelos de crecimiento endógeno no se explica mediante el modelo tradicional de rendimientos constantes a escala sino por procesos acumulativos ligados a la interrelación de las actividades y actores locales.

En línea con lo anterior, ALBURQUERQUE (2004) propone que los ocho elementos básicos del desarrollo económico local son los siguientes: 1) Actitud proactiva del gobierno local; 2) Cooperación público – privada; 3) Coordinación de programas e instrumentos de fomento; 4) Elaboración de una estrategia territorial de desarrollo; 5) Existencia de equipos de liderazgo local; 6) Fomento de microempresas

y pyme y capacitación de recursos humanos; 7) Institucionalidad para el desarrollo económico local; y 8) Movilización y participación de actores locales

Ante el resquebrajamiento del paradigma *fordista* y como consecuencia de la apertura de los mercados mundiales, los territorios que aspiran a insertarse en el panorama global deben prestar atención y dedicar esfuerzos a promover la innovación territorial como forma de superar los procesos que hayan podido tenerlos postergados en el pasado. Partiendo de que los procesos de declive territorial son sistemas inerciales, no será posible detener o invertir esas trayectorias si no se modifican las actividades y relaciones que han dado lugar a la situación que se desea mejorar. Y, para lograr esto, la innovación resulta la estrategia más eficaz si se centra en elevar la eficiencia de las empresas, fortalecer la articulación de la sociedad y mejorar la gestión de los recursos naturales (LÓPEZ-UBIRIA, 2011).

La perspectiva de los Entornos Innovadores (*Milieux Innovateurs*) surge de los trabajos de AYDALOT (1986) y ha sido desarrollado en el seno del grupo de trabajo GREMI, habiendo logrado una notable aceptación. Para esta corriente, la innovación es un factor explicativo esencial del desarrollo económico regional. Las aportaciones del grupo GREMI se han centrado en identificar los factores locales y endógenos que permiten poner en marcha procesos de innovación y mantenerlos a largo plazo, buscando dar respuesta a cuestiones clave sobre el origen y la forma en que operan estos entornos (AMARA *et al.*, 2003).

II.3.3. Nueva Economía Institucional

COASE (1960) en su trabajo pionero sobre los costes sociales abordó el problema de la internalización de las externalidades ligado a la existencia de derechos de propiedad claramente definidos. De esta forma abrió la puerta a los trabajos de NORTH (1991, 1992) sobre las instituciones entendidas como los acuerdos o las “*reglas del juego*” que dan claridad y seguridad a los intercambios. Para DURSTON (1999, 2000), la construcción de capital social territorial sólo es posible si existen organizaciones fuertes que aplican acuerdos o instituciones que claramente sirven a los intereses de los actores locales. BATALLA (2011) cita la posición de ABRAMOVAY (2003) en el mismo sentido cuando plantea el papel esencial del capital social para el desarrollo y la forma de lograrlo mediante arreglos institucionales entre las organizaciones sociales “locales” y el estado. En esta misma dirección se sitúan algunos autores (RAMOS y DELGADO, 2002; FARRELL y THIRION, 2005) analizando la influencia que el capital social y las nuevas formas de institucionalidad

(HALFACREE, 2006) están teniendo para el desarrollo de las áreas rurales europeas, a partir de la aplicación de la Inicitativa Comunitaria LEADER.

II.3.4. Nueva Geografía Económica y los Territorios Inteligentes

Al igual que BECATTINI en su momento, LETABLIER “revisitó”¹² los trabajos de Marshall elaborando a partir de ellos una nueva Teoría de la localización en la que pretendió integrar las aportaciones de otros autores. La aportación de KRUGMAN (1991) consistió en revestir a esos enfoques con el rigor formal y matemático del que carecían, motivo por el que no habían sido tomados en consideración hasta entonces por la corriente dominante de los economistas ortodoxos. A esta propuesta le dio el nombre de Nueva Geografía Económica (*New Economic Geography*, NEG), lo que parece transmitir que no logró insertarlo convenientemente en la ciencia económica, como ya le ocurriera a ISARD (1988,1960) cuando propuso y desarrolló el término de Ciencia Regional. La perspectiva de la Ciencia Regional y la NEG incorporan elementos del desarrollo endógeno (HILHORST, 1996), lo que constituye un notable punto de convergencia en el camino de formalización de los nuevos enfoques en materia de desarrollo rural (HILHORST, 1990).

La NEG está logrando numerosos seguidores no sólo del campo de la Geografía sino también del de la Economía (SFORZI, 2008) debido a que analiza los hechos económicos en relación con el territorio, lo que no le es ajeno a la lógica de la corriente dominante de la Economía. Así, PECQUEUR (2001) aplica elementos de la NEG cuando diferencia entre los *territorios dados*, que se definen de *arriba-hacia abajo* (*top-down*) para la aplicación territorial de políticas (*policy delivery*) o la prestación de servicios públicos, y los *territorios construidos*, que como ya se ha expuesto aquí surgen de *abajo-hacia arriba* (*bottom-up*) y son consecuencia de un proceso de acción colectiva, apoyado en el capital social local para resolver problemas comunes.

La identidad, la confianza y otros factores ligados al capital social permiten explicar dos características de los *territorios construidos*:

- La estabilidad del ámbito espacial: esta característica determina el grado de afinidad o sintonía de los municipios para conformar un “*territorio de acción*”. Cuando esta afinidad es grande, el perímetro del territorio se mantiene o

¹² Aunque en castellano este término no existe, se ha utilizado aquí por la fuerza que tiene en la lengua inglesa, en la que se utiliza precisamente en el sentido que aquí se expresa: revisar en profundidad y con una nueva mirada un concepto o teoría ya conocido.

cambia de forma irrelevante aunque se produzcan cambios externos que afecten al color político de los responsables de los gobiernos municipales, o aunque aparezcan oportunidades de acción colectiva diferentes a las que detonaron el proceso de construcción territorial.

- La densidad institucional: en los territorios que gozan de un capital social caracterizado por fuertes relaciones de confianza, resulta más frecuente y más fácil la implicación de los actores locales en el fortalecimiento de la “*arquitectura institucional*” del territorio. Y, como consecuencia de ello, se puede generar un mayor número y una mayor variedad de instituciones y organizaciones que las que cabría encontrar en un territorio que contando con recursos semejantes en todo lo demás no alcanzara el mismo nivel de capital social.

En relación con estas dos significativas cuestiones no se ha determinado hasta el momento si existe alguna relación de causalidad entre las dos características anteriores o si, al menos, existe relación entre ellas. Esta cuestión puede presentar interés práctico para el diseño de determinadas políticas públicas que pretendan fomentar los procesos de construcción territorial y potenciar el *empoderamiento* de los actores locales.

La última corriente que se presenta en este apartado, es la de los “*Territorios Inteligentes*”. Desde su acepción más directa, este concepto se está empleando estrechamente ligado a la capacidad competitiva de los espacios a los que se refiere, a través de estrategias ligadas al conocimiento y a la forma de aplicarlo en los procesos de desarrollo. Y bajo esa perspectiva, el término no resulta muy lejano a lo que plantea el enfoque de los *entornos innovadores*, especialmente por lo que se refiere a la construcción de conocimiento y a la adopción de innovaciones. Sin embargo, para algunos autores, debería reservarse el calificativo de *inteligentes* sólo para aquellos territorios que persiguen mejorar su calidad de vida generando o incorporando para ello el conocimiento necesario para hacer un uso racional y eficiente de sus recursos (MARINA, 1993; citado por CARAVACA y GARCÍA, 2009).

Consecuentemente con esta visión dicotómica, la búsqueda de la innovación no debe ser tarea exclusiva de las empresas o de los territorios que persiguen la competitividad. Por el contrario, como indican algunos autores, las instituciones (organizaciones para la NEI) deben preocuparse igualmente por modificar sus modos de actuación para contribuir así a mejorar la calidad de vida de la población. De esta forma, la innovación presentará dos perspectivas: a) la innovación económica

(vinculada a la competitividad); y b) la innovación comunitaria o social (vinculada a la mejora de la calidad de vida). Como dicen CARAVACA y GARCÍA (2009), “*La innovación, entendida, pues, tanto desde la perspectiva económica como desde la vertiente social e institucional, se convierte de este modo en un importante factor que condiciona no sólo el dinamismo económico sino también y sobre todo el desarrollo territorial*”.

Para avanzar en este camino, se identifican cuatro factores que ayudan a caracterizar la estrategia de un territorio inteligente, y que pueden utilizarse para elaborar una tipología de los mismos: a) la Conectividad (entendida como la capacidad de comunicación y cooperación entre diferentes ámbitos); b) la Tecnología (entre las que mayores impactos provocan se encuentran las nuevas tecnologías de la información y la comunicación); c) la “Atractividad” (o la capacidad de un territorio para atraer talentos y otros recursos especialmente valiosos); d) el Capital Social (especialmente en lo relativo a valores, relaciones de confianza y redes de actores).

Como ha quedado expuesto, el enfoque territorial del desarrollo rural es un cuerpo teórico en construcción, que bebe de numerosas fuentes teóricas, y sobre el que aún no se han podido evaluar suficientemente sus efectos e impactos, aunque existan algunos pasos dados ya en ese sentido (MIDMORE *et al.*, 2010; SOTTE, 2003; RAY, 2000b). Precisamente por encontrarse “*en construcción*”, este enfoque no dispone de unos materiales metodológicos suficientemente contrastados y consensuados que permitan analizar, comparar y sistematizar sus resultados. En el caso europeo, los materiales metodológicos disponibles para elaborar estudios de casos de estrategias de desarrollo rural con enfoque territorial se limitan casi exclusivamente a la colección que generó AEIDL, para el Observatorio Europeo LEADER, por la parte europea.

Sin embargo, sí se han generado en América Latina varios documentos que presentan estudios de casos o que plantean cuestiones conceptuales y metodológicas en el ámbito del enfoque territorial, ya sea explícitamente o en dominios temáticos cercanos. En este sentido son dignos de mención los estudios de caso que han elaborado FAO-BID (2007), los análisis de RIMISP sobre casos de desarrollo rural territorial (DAMIANI, 2008; QUAN *et al.*, 2006; SOTO, 2006,), el Cuaderno Técnico del IICA (CORDERO *et al.*, 2003), la metodología de medición del desarrollo sostenible del IICA (SEPÚLVEDA, 2008a), las metodologías de planificación y formulación del IICA (SEPÚLVEDA, 2008b; RENAULT, 2010) y el método NBI aplicado por la CEPAL

desde los años 80 (FERES y MANCERO, 2001). Aunque este último no se dirija directamente al análisis de casos de desarrollo rural territorial, sí aporta indicadores que pueden utilizarse para estimar sus efectos en los casos de pobreza.

CAPÍTULO III:

MARCO CONCEPTUAL II

Competitividad y Diferenciación Territorial

Tal como se ha expuesto en el capítulo anterior, el enfoque territorial del desarrollo rural surge como consecuencia de los fracasos de perspectivas anteriores y ante los retos que plantea la globalización, tanto a uno como a otro lado del Atlántico. Muchos autores coinciden en destacar las potencialidades de la nueva propuesta. Sin embargo, los intereses en juego y la severidad de los problemas que pretende resolver, así como la relevancia de los desafíos a los que debe hacer cara, requieren de evidencias que avalen su pertinencia y viabilidad. De entre las diferentes formas de plantear esas evidencias parece existir hoy consenso sobre que la mejor forma es bajo el paraguas metodológico que considera la competitividad de los territorios como un todo. A este tipo de competitividad se le está denominado *Competitividad Territorial*. Numerosos autores coinciden en indicar que el logro de este tipo de competitividad pasa necesariamente por la puesta en valor de las especificidades territoriales y por una adecuada proyección de las mismas y del proyecto territorial que pretende ponerlas en valor. Las estrategias de diferenciación en base a criterios de calidad ligados al territorio de origen constituyen un opción para intentar alcanzar este objetivo.

III. MARCO CONCEPTUAL II: Competitividad y Diferenciación Territorial

III.1. DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL A LA TERRITORIAL

Desde Adam SMITH (La Riqueza de las Naciones, 1776) y David RICARDO (Principios de Economía Política y Tributación, 1817), el crecimiento económico y el comercio internacional han sido analizados bajo los supuestos institucionales de una economía de mercado perfectamente competitiva. En ese escenario, las empresas y los Estados eran los únicos actores. Desde la década de 1970, sin embargo, la globalización y la apertura de las economías nacionales a los mercados internacionales redefinieron el entorno institucional en el que tenía lugar el crecimiento económico. Algunos territorios que anteriormente experimentaban procesos de fuga de capitales y pérdida de población están actualmente creciendo tanto económica como demográficamente, como resultado de la mayor productividad y desempeño mercantil de sus bienes y servicios. Lo opuesto también es cierto. En otros territorios la población disminuye, el desempeño mercantil de sus bienes y servicios se sigue reduciendo, y el bienestar de sus habitantes se continúa deteriorando (LLAMBÍ, 2009).

Ante estos efectos opuestos cabe hacerse la siguiente pregunta: *¿qué factores explican que unos territorios ganen y otros pierdan competitividad?* Dos corrientes de pensamiento ofrecen respuestas a esta cuestión: 1) Por un lado, están los que opinan que estos factores son las características de los recursos naturales o de localización con que originalmente cuenta un territorio, tal como argumentó la Teoría Económica durante el siglo XIX. 2) La otra línea de pensamiento plantea, más recientemente, que la explicación se encuentra en la capacidad de los habitantes para añadir valor a los recursos, adaptando sus estrategias a las cambiantes condiciones generadas por los mercados y las políticas públicas.

Competitividad, al igual que ha ocurrido con *globalización*, se ha convertido en un término genérico, ampliamente empleado a una variedad de circunstancias. Tradicionalmente ha sido aplicado al universo de las empresas, para describir o analizar la capacidad de soportar la competencia de otras empresas en el mercado. En sentido amplio, el concepto se aplica no sólo a la venta de bienes y servicios sino también a la capacidad de remunerar los factores productivos al coste de oportunidad o remuneración de mercado, debiendo existir una estrecha relación entre la perspectiva de *inputs* y la de *outputs*.

A medida que la competitividad se generaliza como exigencia de mercados más abiertos, se salta de la aplicación empresarial al ámbito de las cadenas (CHAVARRÍA *et al.*, 2002), y de ahí a la escala de los países. Sin embargo, durante los últimos dos decenios se ha suscitado una controversia con respecto a su significado en diversos ámbitos de análisis, los métodos disponibles para medirla, así como las políticas públicas que se pueden establecer para mejorarla (ROMO y MUSIK, 2005).

Por una parte, la competitividad puede también basarse en estrategias de diferenciación, que nada tienen que ver con las economías de escala y ahorro de costes, como sentó PORTER (1980) en su obra seminal sobre estrategias competitivas.

Por otra parte, el profundo cambio en el panorama del comercio internacional que han creado las economías industriales emergentes del sudeste asiático ha llevado a que con frecuencia se hable de “mejorar la competitividad de una nación”, lo que supone mantener la perspectiva tradicional pero hacerlo a una escala mayor. KRUGMAN (1994) cuestionó esta simplificación, presentando un amplio abanico de formas de concebir la competitividad y rechazando la hipótesis de que al aumentar la escala sean pertinentes los mismos conceptos utilizados para analizar la competitividad empresarial. A partir de este enfoque FUJITA *et al.* (2001) avanzaron en la formalización de la dimensión espacial de la economía referida a diferentes escalas y en relación con el comercio internacional.

De esta forma, se introduce la dimensión territorial o, más precisamente, se incluyen los factores relacionados con el sistema territorial entre los factores explicativos de la competitividad. De hecho, en un mundo crecientemente interconectado carece de sentido seguir hablando exclusivamente de competitividad empresarial sin tomar en consideración factores exógenos que contribuyen a ella y que pueden tener igual o mayor influencia que las cuestiones ligadas a los aspectos productivos o comerciales. Siguiendo la misma línea argumental, para ESSER *et al.* (1996a, 1999b)¹³: *“las empresas no protagonizan en solitario la pugna competitiva en los mercados, sino que también compiten el entorno institucional territorial en el que dichas empresas se encuentran, los cuales son elementos que explican, de forma decisiva, la eficiencia productiva y la competitividad empresarial”*. El enfoque de competitividad manejado por estos autores incorpora cuatro niveles analíticos (meta,

¹³ Grupo de trabajo sobre Competitividad Sistémica, pertenecientes al *German Development Institute*: [http://www.die-gdi.de/CMS-Homepage/openwebcms3_e.nsf/\(wStartpages\)/Institut?Open&nav=expand:Institute;active:Institute](http://www.die-gdi.de/CMS-Homepage/openwebcms3_e.nsf/(wStartpages)/Institut?Open&nav=expand:Institute;active:Institute)

macro, meso y micro) y articula elementos de la economía industrial, la teoría de la innovación y la sociología industrial con aportaciones recientes del campo de los *policy-networks*.

Así, empieza a vislumbrarse que el territorio, en sí mismo, es un activo estratégico esencial para lograr competitividad, tanto a escala individual como colectiva. Pero para que esto sea posible es necesario establecer los acuerdos necesarios para que se produzca una dinámica de cooperación e innovación, que aproveche los recursos específicos y el capital social territoriales. Cuando este “círculo virtuoso” de construcción territorial se activa, cada actor se beneficia en términos de competitividad de los resultados de esa acción colectiva, a la vez que contribuye a la competitividad de las actividades de otros actores y del territorio en su conjunto. Es innegable que en un entorno de competitividad cada día mayor, existe una fuerte convergencia entre el enfoque de competitividad sistémica y la perspectiva territorial del desarrollo rural (ALBURQUERQUE, 1997; RAMOS y ROMERO, 1995).

Mientras la competitividad de las empresas produce rentas privadas que repercuten directa o exclusivamente sobre quienes las obtienen (aun cuando en algunas ocasiones se produce un desarrollo territorial inducido por una empresa local, especialmente si es de carácter cooperativo), el uso de una perspectiva territorial llevaría a plantear la necesidad de considerar las rentas sociales generadas por las diferentes actividades, que repercuten de forma colectiva sobre el territorio, es decir sobre todos los actores locales y sus organizaciones (ECHEVERRI *et al.*, 2003). En este contexto las ventajas comparativas (por ejemplo, la dotación de factores físicos o de localización de un territorio o país) pudieran ser rápidamente superadas, o eliminadas, por los cambios tecnológicos, por la apertura de nuevas vías de comunicación, o por un gran conjunto de cambios, en gran medida impredecibles, en los mercados mundiales. Por esta razón, los factores más importantes para la competitividad de un territorio específico no son necesariamente sus ventajas comparativas naturales o heredadas (o estáticas), sino las creadas por los actores locales, es decir, sus ventajas competitivas (o dinámicas). En otras palabras, en el actual contexto, la competitividad de un territorio está vinculada no sólo a la competitividad de sus empresas, sino a la calidad de vida de su población, de su medio ambiente físico-natural y de su entorno institucional.

En este contexto, debe hacerse hincapié en algunos aspectos:

- La competitividad de las empresas para producir bienes y servicios es la capacidad que tienen para, en el corto plazo capturar y, a más largo plazo,

sostener, cuotas de mercados para sus productos en los mercados más dinámicos, con independencia de que sean locales, nacionales o internacionales.

- El concepto de calidad de vida abarca múltiples dimensiones y ha sido objeto de grandes debates en la literatura académica, sin que se haya llegado a un acuerdo satisfactorio sobre su definición y forma de medición. Aunque la lista de temas incluidos en su definición puede variar, existe cierto consenso en la literatura sobre las condiciones objetivas que son indispensables para el bienestar subjetivo de individuos y comunidades: a) entorno físico-natural saludable; b) empleos bien remunerados y condiciones laborales aceptables socialmente; c) seguridad y acceso a espacios públicos; d) relaciones humanas armoniosas (CANZANELLI y DICHTER, 2001; INFANTE y SUNKEL, 2004; ROYUELA *et al.*, 2003).
- Como señalan PLOEG y RENTING (2000) en SCHENEIDER (2003) la dimensión ambiental y las prácticas de su uso sustentable de los recursos naturales se convierte en un factor de competitividad de los territorios, en un elemento de estímulo a la ampliación del consumo y en un pre-requisito para obtención de créditos y acceso a fondos de inversión especialmente de fuentes públicas.
- Algunos autores como SCHARP *et al.* (2002) señalan que el potencial competitivo de un territorio está en gran medida determinado por la existencia de unos activos institucionales locales. Es decir, de unas reglas de juego que faciliten la adopción de innovaciones tecnológicas, de nuevos productos y de nuevas formas organizativas.

Recientemente, diferentes autores han realizado un esfuerzo para explicar esta nueva escala espacial para analizar la competitividad (GARCÍA *et al.*, 2009; LLAMBÍ, 2009, KITSON *et al.*, 2007; CAENTI, 2007; BUDD y HIRMIS, 2004; CANTO, 2000; entre otros). El trabajo del OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1999b, 2000a, 2000b, 2000c y 2000d) aporta una metodología muy operativa que establece que la competitividad territorial en una estrategia de desarrollo rural territorial, debe ser entendida a través de cuatro componentes, que se combinan de una manera distinta en cada territorio: a) la competitividad social; b) la competitividad económica; c) la competitividad ambiental; d) la competitividad global.

Bajo esta perspectiva, se definen con claridad los desafíos a los que deben hacer frente las zonas rurales: a) profundizar el diálogo y la responsabilidad compartida entre actores públicos y privados, para fortalecer el capital social

(*fortaleciendo partenariados*); b) la búsqueda y consolidación de las especificidades locales, asumidas por consenso como eje del proyecto de desarrollo o como parte esencial del mismo; c) la proyección de los valores y especificidades del territorio (*buscando complicidades y alianzas*); d) el desarrollo de los flujos de intercomunicación e intercambio entre territorios (*tejiendo redes*); e) generar bienes públicos para justificar el apoyo de las políticas públicas (*recuperando el rol social*).

III.2. LA DIFERENCIACIÓN TERRITORIAL COMO ESTRATEGIA

Uno de los retos de competitividad al que se enfrentan los territorios rurales es presentar en los mercados productos o procesos empresariales diferenciados e innovadores, de modo que éstos tengan un valor para los consumidores e incrementen el valor económico de las empresas (GARCÍA *et al.*, 2009) y que al mismo tiempo que se produzcan impactos territoriales en términos de desarrollo rural.

La estrategia competitiva de diferenciación de PORTER (1980) tiene plena aplicación al ámbito colectivo territorial propio del medio rural. En efecto, la heterogeneidad, que es consustancial al medio rural, es una de sus fortalezas estratégicas para la diferenciación de las producciones locales, logrando una situación de *competencia monopolística* al segmentar el mercado con la oferta de productos distintos (PAVÓN y GÓMEZ, 2009). a la vez que pretende dotar a los productos de un significado social, más allá de lo tangible, de forma que su consumo cree un lazo social entre los usuarios y el territorio (RENARD, 1999).

Así, puede decirse que las producciones especializadas vinculadas a las especificidades territoriales constituyen cada vez más una fuente de ventajas competitivas en la medida en que puedan llegar a generar rentas de especificidad (ULLOA y GIL, 2008; GÓMEZ y CALDENTEY, 1999; CALDENTEY y GÓMEZ, 1996). PECQUEUR (2001) plantea que la diferenciación de los productos locales no solo puede incrementar la renta territorial, sino que conduce a la mejora de la calidad de vida.

La primera estrategia en este sentido consiste en la valorización de sus productos mediante la captura de valor añadido local y la disminución de los intermediarios. Esta primera estrategia refuerza la imagen de especificidad de los productos, gracias a los estrechos vínculos que tienen tienden a generarse entre productores, clientes y los territorios en los que se sitúan las actividades productivas. La segunda estrategia se basa en la construcción de marcas, que garanticen la calidad de los productos mediante la certificación de sus características y/o de sus procesos de producción.

La primera estrategia (generar valor añadido pero sin llegar a la construcción de una marca), generalmente ofrece el resultado de organizar circuitos de comercialización relativamente cortos y no muy dinámicos; por el contrario, la segunda estrategia en dotar a los productos y servicios territoriales de acceso a circuitos relativamente más ampliados y dinámicos. Pero esta mayor potencialidad va unida a la necesidad de lograr la confianza del consumidor mediante un sistema de certificación riguroso y fiable de las características específicas ligadas al territorio y, en su caso, de una trazabilidad adecuada a cada tipo de producto.

III.2.1. Calidad y Diferenciación Territorial

La calidad es un término complejo de definir y de hecho no existe una definición que sea ampliamente aceptada. La percepción subjetiva de la calidad (y, por tanto, la identificación y valoración de los atributos o factores que la generan) varía en función de productos específicos y entre individuos, regiones o países (ILBERY y KNEAFSEY, 1998; HENCHION y McINTYRE, 2000).

Existe una asociación entre las propiedades sustanciales y físicas de los productos (composición nutricional, nivel de toxicidad, número de calorías, propiedades de sabor, etc.) y entre lo que algún autor ha denominado *calidad externa* (RENARD, 1999). Esta calidad, definida por atributos de valor (tanto de búsqueda como de experiencia o confianza), es completamente subjetiva y depende de las preferencias de los consumidores, a la vez que se construye gracias a la asociación que algunos consumidores establecen con un lugar, con el uso de determinadas materias primas, con los efectos externos relacionados con su producción o uso, o con los procesos o condiciones sociales en los que ha sido producido.

Una marca es un nombre, signo o señal que diseña una empresa para distinguir sus productos o servicios de otros aparentemente similares. Generalmente, la marca se identifica mediante una etiqueta, colocada visiblemente en el exterior del producto, que tiene como objetivo lograr una rápida y clara identificación del producto por parte de los consumidores. La marca otorga al producto un conjunto de significados simbólicos para lograr su fácil identificación, garantizar sus atributos de calidad; y, mediante estos mecanismos, generar la lealtad de los consumidores. Ello les permite evitar la competencia generalizada de los productos indiferenciados, y focalizar su estrategia hacia el acceso y control de segmentos de mercado específicos. La denominación de productos agroalimentarios con el nombre de su lugar de producción ha servido tradicionalmente como elemento diferenciador de la calidad de la industria agroalimentaria. Del mismo modo, está adquiriendo gran

relevancia la imagen de conjunto que ofrece una ciudad, municipio, región, país o territorio en general, pues de sus características y definición a los ojos de los turistas, ciudades, políticos e inversores financieros dependen sus capacidades de ofrecer y/o atraer recursos económicos y servicios tecnológicos, financieros o culturales (MACIA *et al.*, 2001).

Aunque en gran medida la calidad de los bienes y servicios se construye mediante la adopción de innovaciones técnicas en los procesos productivos, la identificación por parte de los consumidores de la calidad de estos productos exige un gran esfuerzo por parte de los productores tanto en la identificación de los segmentos de mercado ya existentes, como en la construcción de nuevos segmentos, ya que la mera adopción de la innovación tecnológica no garantiza que el consumidor perciba la mejora de los atributos de calidad.

Lo mismo cabe decir cuando la calidad diferencial se obtiene precisamente por el mantenimiento o recuperación de la cualidades, materias primas y procesos tradicionales de un territorio, con frecuencia postergados en la era productivista; hablaríamos en este caso de un tipo de innovación organizativa (CALDENTY y GÓMEZ, 1998) .

Por ello, para que los consumidores reconozcan la calidad diferencial de ciertos productos, que contienen determinados atributos, se han diseñado diferentes *signos de calidad* entendidos como los *contratos de confianza* entre productor y consumidor (SYLVANDER, 1995 en PAVÓN y GÓMEZ, 2009) y una serie de sistemas de certificación y aseguramiento de la calidad plasmados en un sello visible que salve la *asimetría de información* entre productor y consumidor. Para GÓMEZ y CALDENTY (1999) la calidad *horizontal* de un producto agroalimentario es la esencia de las estrategias de diferenciación basadas en marcas ligadas al territorio y que certifican características peculiares, a diferencia de la calidad *vertical*, que expresa la excelencia del producto.

Desde la década de los años noventa se ha producido una fuerte expansión de sistemas de certificación de las producciones locales, destacando aquellos que persiguen mejorar el impacto de la diferenciación haciendo referencia al territorio de origen (como atributo de calidad): las marcas territoriales¹⁴.

¹⁴ A efectos de esta investigación, se entiende por marca territorial la definición utilizada en el Proyecto DOLPHINS (*Development of Origin Labelled Products: Humanity, Innovation and Sustainability*), rescatada por LORENZINI (2011), aquella que se aplica a productos con calidad ligada al origen, que tienen fuerte identidad y reputación, territorial, y / o productos típicos relacionados a sistemas productivos con modos específicos de producción y cierta calidad, reputación y otras características que son atribuibles esencialmente a su origen geográfico. No implica necesariamente

La enorme producción de literatura científica en diferentes ramas de la Ciencia (fundamentalmente la Economía, Sociología, Geografía y Antropología), avala el éxito y dimensiones alcanzadas por las diferentes opciones de esta estrategia¹⁵. Son muchos los autores han contribuido al desarrollo de la llamada “economía de la certificación” (MUTERSBABUGH, 2005). Una parte importante de los estudios analizan las preferencias y disposición a pagar por atributos de calidad incrustados en un distintivo con referencia al territorio de origen (APRILE *et al.*, 2012; RESANO *et al.*, 2010; VANDECANDELARE, E. *et al.*, 2010; McCLUSKEY *et al.*, 2009; VAN ITTERSUM *et al.*, 2007; ESPEJEL *et al.*, 2007; McCLUSKEY y LOUREIRO, 2003). Otros, se centran en determinar las potencialidades de estos productos específicos como instrumentos importantes para el desarrollo rural en términos de oportunidades de empleo, malla empresarial y cohesión social (SANZ, 2010; LORENZINI, 2010; BOWEN y ZAPATA, 2009; FAO, 2008; FONTE, 2008; TREGEAR *et al.*, 2007, 2004; CALLOIS, 2006; ARFINI, 2006; SANZ y MACÍAS, 2005; MARESCOTTI, 2003). Más recientemente, VILLAFUERTE, *et al.* (2012) plantean que para medir el valor de una marca, si esta es territorial, no basta con los indicadores habituales, sino que hay que considerar los beneficios sobre el territorio que le da nombre.

III.2.2. Marcas Territoriales de *primera* y *segunda* generación

La Unión Europea, desde el año 1992, con la publicación de diferentes reglamentos, inició una política de protección y regulación de la diferenciación de sus productos agropecuarios, regulando dos instrumentos para la protección ligada al origen territorial: a) la Denominación de Origen Protegida (DOP¹⁶); y b) la Indicación Geográfica Protegida (IGP¹⁷). En el caso de los vinos, ya anteriormente existía la figura similar de los VCPRD (Vinos de Calidad Producidos en Regiones Determinadas); y para las bebidas espirituosas, las *Denominaciones Geográficas*.

que tengan que estar protegidas por disposiciones reglamentarias o por un acuerdo, tal como lo son los sistemas de registro de indicaciones geográficas europeas.

¹⁵ PACCIANI *et al.* (2001) exploran las diferentes estrategias que se pueden poner en marcha para la valorización de los productos típicos en un territorio, en función de los actores involucrados y del rol que adquiera el territorio. Entre ellas, destacan: 1) las estrategias encaminadas a regular la reputación del producto (mediante el establecimiento de marcos de regulación); 2) las estrategias de calidad territorial, en las que el territorio pierde su significado informativo y adquiere el rol de “atributo” de calidad.

¹⁶ Una DOP es el nombre que identifica a un producto originario de un lugar determinado, una región o, excepcionalmente, de un país, cuya calidad o características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico particular con los factores naturales y humanos inherentes a él, y cuyas fases de producción tengan lugar en su totalidad en la zona geográfica definida (Reglamento UE 1151/2012)

¹⁷ Una IGP es el nombre que identifica a un producto originario de un lugar determinado, una región o, excepcionalmente, de un país, que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda esencialmente atribuirse a su origen geográfico, y, de cuyas fases de producción, al menos una tenga lugar en la zona geográfica definida (Reglamento UE 1151/2012)

Esta reglamentación derivaba del nuevo paradigma reflejado en el documento de trabajo de la Comisión Europea “*El futuro del mundo rural*”, de 1988, en el que se abogaba por un cambio en la orientación de las políticas: de la cantidad a la calidad y de lo general a lo local.

En la actualidad, y considerando los tres sistemas de registro de la Unión Europea¹⁸ –ya armonizados-: el de los productos agrícolas y alimenticios, el de los vinos y el de las bebidas espirituosas, están registradas más de 3.000 indicaciones con mención al origen (entre DOP e IGP). Destaca la concentración en los países del Sur de Europa, siendo Francia, Italia, España, Portugal y Grecia (por este orden) los países que albergan más del 75% del total de indicaciones europeas. No en vano estos países ya tenían un amplio recorrido –desde principios del siglo XX- en la protección de productos con especificidad territorial a través de este tipo de certificaciones de origen.

En el caso de España, son 170 las indicaciones geográficas registradas en enero de 2014 para productos agrícolas y alimenticios (93 DOP y 77 IGP), más otras 128 que se encuentran en estado de solicitud. Del total de registradas, prácticamente el 50% se concentra en frutas, hortalizas y cereales frescos o transformados (55) y en aceites y grasas (29). Tomando el panorama del total de indicaciones de aceites y grasas, en el que 27 corresponden a DOP de aceite de oliva, se observa que las denominaciones registradas hacen mención tanto a regiones (*Aceite de La Rioja*, por ejemplo), como a comarcas o territorios (*Aceite del Bajo Aragón*), como a municipios (*Estepa o Lucena*); y que en algunas ocasiones en un radio de menos de 100 km hay una concentración de varias (el caso de *Montoro-Adamuz, Baena, Priego de Córdoba y Lucena*). Esta situación no hace más que aumentar la confusión del consumidor a la hora de tomar su decisión.

Estos signos de calidad ligados al territorio, a los que proponemos denominar de *primera generación*, ofrecen a los consumidores un plus frente a la calidad sin mención de origen o calidad estándar, que resulta obligatoria a partir de las normativas técnico-sanitarias de transformación de productos agroalimentarios y de buenas prácticas agrarias.

En los últimos años, de manera paralela a la implantación de estos signos oficiales, han ido apareciendo otras marcas no oficiales que también hacen referencia

¹⁸ Productos Agrícolas y Alimenticios: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>
Vinos: <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/>
Bebidas espirituosas: <http://ec.europa.eu/agriculture/spirits/>

a atributos relacionados con el origen territorial del producto. Suele tratarse de marcas comunes –de uso no individual- registradas bajo la figura legal de *Marcas Colectivas* o *Marcas de Garantía*. Hay que aclarar que a ambas se les permite legalmente registrar un nombre geográfico –hecho vetado a las marcas individuales-, con lo que ello conlleva de similitud, de cara al consumidor, con los signos oficiales DOP e IGP. Esta proliferación de marcas territoriales (oficiales o no), de muy diferente naturaleza y con diferente grado de implantación e impacto territorial, junto a la multitud de marcas comerciales y de otro tipo también existentes, ha dado lugar a una situación que los autores denominan el *laberinto de labels*, que pueden conllevar la *banalización del signo* y por tanto perder eficacia diferenciadora con la consecuente desaparición de la renta de especificidad. En efecto, esta situación está desnaturalizando, cuando no neutralizando, buena parte de los resultados que se persiguen, consiguiendo efectos contrarios a los esperados: a) cuanto más esfuerzo¹⁹ se hace para mejorar el impacto, más *entropía*²⁰ se genera en el sistema de calidad ligada al origen; b) el aumento de los *labels* aumenta la confusión del consumidor (MUTTERBAUG, 2005) en la búsqueda e identificación de la “diferencia”; c) existe el riesgo de trivialización de la estrategia por la “sobrecarga de información” de marcas que se superponen (FRAYSSIGNES, 2011). Algunos trabajos empiezan a evidenciar el desconocimiento de muchos consumidores acerca del significado de sello territorial que ostentan (ERRACH *et al.*, 2011; ORDOÑEZ *et al.*, 2011).

Por otro lado, esta situación, desde el punto de vista de la estrategia territorial constituye una fragilidad intrínseca, debido a la acumulación de iniciativas no vinculantes y a la falta de pensamiento estratégico “*bottom-up*”, lo que a veces se traduce en una falta de coherencia territorial. Por otro lado, existe una relativa falta de herramientas para evaluar el impacto de estas marcas en los territorios.

La confusión así provocada es un problema que preocupa tanto a las administraciones como a los actores implicados, ya que podría estar produciendo los efectos contrarios a los perseguidos por un signo de calidad, dificultando la toma de decisión por parte del consumidor, especialmente en un momento de crisis económica como el actual. Por ello, se hace necesario simplificar, aclarar y reorientar las estrategias de diferenciación de las especificidades que se pretendan destacar como argumento de venta.

¹⁹ Este mayor esfuerzo suele concentrarse en: promoción comercial, mejora del sistema de certificación, mayor transparencia y trazabilidad ... etc

²⁰ Este término de la termodinámica, se utiliza aquí, en sentido figurado, para expresar “desorden”.

La Comisión Europea, abrió en 2008 un proceso de consulta y reflexión sobre el marco regulador más adecuado para preservar y promover la calidad de estos productos con la publicación del Libro Verde sobre la calidad de los productos agrícolas (COMISIÓN EUROPEA, 2008a). En ese documento se dice que el «*arma más poderosa de los agricultores de la Unión Europea es la calidad*», para determinar si los instrumentos existentes debían mejorarse y para decidir qué nuevas iniciativas podrían adoptarse²¹.

Como resultado de este proceso la Comisión lanzó en el año 2010 el *Quality Package* (COMISIÓN EUROPEA, 2010b), formulando por primera vez una política global de calidad, con los componentes siguientes: a) una propuesta de un nuevo reglamento sobre los sistema de calidad de los productos agrícolas; b) una propuesta para racionalizar la adopción de normas de comercialización; 3) directrices sobre el funcionamiento de los sistemas de certificación voluntarios, con el objetivo de identificar buenas prácticas.

Por otro lado, y en la misma dirección, el Tribunal de Cuentas Europeo (2011), en su Informe Especial nº 11 plantea la siguiente cuestión: «*¿El diseño y gestión del sistema de indicaciones geográficas le permite ser eficaz?*». En este informe se concluye la necesidad de aclarar una serie de cuestiones relativas a la robustez del dispositivo de control del sistema de las indicaciones geográficas y la ausencia de una estrategia atractiva y clara para la concienciación y sensibilización de productores y consumidores.

Como reacción a la profusión de marcas de primera generación, y ante el hecho de que no siempre son capaces de transmitir al consumidor con la fuerza necesaria los elementos intangibles que puedan contener los productos que amparan, desde diferentes territorios se vienen ensayando otro tipo de marcas que en términos de esta investigación denominamos de *segunda generación*.

Estas marcas pretenden capturar valor añadido gracias a los atributos tangibles e intangibles de productos del territorio y suelen actuar como marcas paraguas que pueden acoger productos de diferentes sectores. Entre estas marcas de segunda generación merecen especial atención las que se han diseñado como estrategias de desarrollo rural territorial: las Marcas de Calidad Territorial (MCT). El objetivo de tales

²¹ Durante este periodo de consulta se identifican tres elementos clave para desarrollar una política global de calidad para los productos agrícolas: a) Información (mejorando la comunicación entre productores, distribuidores y consumidores); b) Coherencia entre los diferentes instrumentos de la política; c) Complejidad (simplificación del sistema para que sea más fácil de entender y usar tanto por productores como consumidores).

marcas es la visualización de su estrategia mediante un signo capaz de ofrecer a los consumidores (internos y externos al territorio) garantías de calidad (de elementos tangibles e intangibles) de diferentes bienes, servicios, elementos patrimoniales (naturales y culturales) e institucionales de un mismo territorio rural.

Entre las características de este tipo de marcas destacan:

- Enfoque territorial. Para estas marcas el territorio, ya que no son exclusivas de un único sector, sino que amparan como marca paraguas una amplia gama de bienes, servicios y elementos patrimoniales que contribuyan al desarrollo sostenible del territorio.
- Características de calidad tangibles, equivalentes o superiores a las que se expresan con las marcas de primera generación, y un plus relativo al proceso de desarrollo territorial, a través de características intangibles estrechamente ligadas al proceso de desarrollo²².
- Construcción de la marca por procesos de acción colectiva. Estos procesos contribuyen a la creación y preservación de activos estratégicos territoriales ²³, a través del fortalecimiento de las instituciones y organizaciones locales.
- Planteamiento de la innovación tecnológica como una forma de incrementar la productividad del territorio en tres direcciones: a) de procesos: transformando los factores en productos (bienes o servicios) con mayor eficiencia; b) de productos: sustituyendo por productos de mayor valor añadido y/o con demanda más elástica y dinámica; y c) de gestión: tanto en la forma de organización de las unidades productivas como en las relaciones con los mercados.
- Creación y fortalecimiento de vínculos urbano-rurales, esenciales para el desarrollo de las actividades agrarias y no agrarias. Mediante ellos se establece la relación con la demanda externa al territorio y, a través de ella, influyen decisivamente en la viabilidad de la mayoría de iniciativas debido a sus condiciones de acceso a recursos, conocimiento, redes y relaciones, que son externos al mundo rural.

²² Estas características intangibles están muy vinculadas con las nuevas demandas que la sociedad plantea al medio rural hoy, en respuesta a los retos a los que se enfrenta la Unión Europea y que están motivando el cambio de las políticas públicas en relación con los bienes públicos (BELLETI *et al.*, 2003). Cuando un producto (ya sea bien o servicio) es portador de la marca de calidad territorial está expresando a los posibles consumidores o usuarios que con su producción se está contribuyendo a la consecución de los objetivos de desarrollo consensuados socialmente para ese territorio (estos valores intangibles, en buena medida, están relacionados con la responsabilidad social corporativa).

²³ Estos activos territoriales estarían abocados al *drama* ampliamente tratado por HARDIN (1968), que podría traducirse en su sobreexplotación o su pérdida si su uso no se abordara de esta manera colectiva y consensuada.

- Comunicación bidireccional entre productores y consumidores (internos y externos al territorio) facilitando la comprensión de los atributos diferenciales a partir de un método riguroso y la obtención de unos resultados claros y asequibles del proceso de certificación.

El desarrollo de una marca de este tipo, como el de cualquier otro tipo de marca que incorpore características no tangibles, está condicionado a su capacidad para generar un contrato de confianza (SYLVANDER, 1995) con los consumidores, que provoque y haga crecer su grado de fidelización. El ritmo y profundidad del crecimiento de esta confianza depende de la capacidad de la marca para explicar y difundir los activos tangibles e intangibles que contienen los productos que la portan, y de la garantía que inspire el sistema de evaluación y certificación utilizado. Por tanto, para que tenga posibilidades de expandirse, es esencial, entre otras cosas, que aplique una metodología rigurosa y objetiva de certificación, que combine y tome en consideración las diferentes dimensiones de los procesos de desarrollo rural territorial, además de requisitos semejantes a los de otras marcas ligadas al territorio.

El Proyecto Marca de Calidad Territorial Europea (MCTE), *Calidad Rural*®, agrupa a territorios rurales de varios países de la Unión Europea que están implantando marcas territoriales de segunda generación, como estrategia de desarrollo territorial rural. España es el país en el que esta marca se encuentra mas avanzada, tanto por el número de territorios como por el grado de desarrollo de sus instrumentos de certificación.

CAPÍTULO IV: CASO DE ESTUDIO

El Proyecto *Calidad Rural*®

El Proyecto Marca de Calidad Territorial Europea (MCTE), *Calidad Rural*®, se sitúa en el conjunto de estrategias de desarrollo rural territorial que pretenden aprovechar las oportunidades de la globalización. Basado en la cooperación a todos los niveles (territorial, regional, nacional y transnacional) persigue dos objetivos complementarios: a) incrementar la competitividad de cada uno de los territorios participantes, en base a criterios de calidad, la conservación del medio ambiente y la responsabilidad social, mediante la construcción de marcas territoriales específicas identificadas por un logotipo o imagen propia de cada territorio – Marcas de Calidad Territorial (MCT); y b) construir una marca paraguas que identifique mediante una etiqueta común, *Calidad Rural*®, a todas las producciones de los territorios involucrados en el Proyecto, para facilitar y promover su inserción en los mercados más dinámicos. En este capítulo se expone el origen del Proyecto, sus niveles de actuación y el funcionamiento de las Marcas de Calidad Territorial a las que acoge.

IV. CASO DE ESTUDIO: El Proyecto *Calidad Rural*®

IV.1. GÉNESIS DEL PROYECTO Y TRABAJO EN RED

El Proyecto Marca de Calidad Territorial Europea (MCTE), *Calidad Rural*®, surgió de la experiencia de cooperación transnacional de tres Grupos de Acción Local (GAL) en el marco de la Iniciativa Comunitaria LEADER II²⁴: 1) Pays Cathàre, en Francia; 2) Valle Umbra e Sibillini, en Italia; 3) Condado de Jaén, en España.

Cada uno de estos territorios, de forma independiente y relativamente simultánea, habían formulado su estrategia territorial de una manera similar: el logro de la competitividad territorial mediante el fomento de productos y servicios de calidad, la conservación del medio ambiente, y el impulso de nuevas formas de cooperación entre actores basadas en criterios de solidaridad.

→ Desde el año 1991, en el Pays Cathàre se habían estado desarrollando experiencias orientadas a la creación de una marca territorial, que sirviera como herramienta para la construcción de una mayor identidad cultural y para la ordenación del territorio. El tipo de marca que se estaba gestando desbordaba los objetivos meramente comerciales, atribuidos generalmente a las marcas de productos con referencia territorial. De hecho, la estrategia de este GAL se apoyaba más en los elementos culturales que en los comerciales, a fin de dotar a los diferentes municipios que integraban el territorio cátaro de una identidad que los diferenciara del resto de municipios involucrados en la Iniciativa LEADER en Francia.

Un primer objetivo de la estrategia cátara fue que la visita a los monumentos medievales de la región beneficiara al conjunto del territorio rural circundante. Los principales medios este objetivo fueron los siguientes: el acondicionamiento de los cascos urbanos de los núcleos de población; la conservación del patrimonio histórico; la mejora de la red vial; y la conservación y mejora del medio ambiente; y, por otra parte, la formulación de una temática común para los diferentes circuitos de interpretación turística vinculados al patrimonio histórico de la población cátara durante la Edad Media.

De esta forma, uno de los principales logros obtenidos fue la generación de un estrecho vínculo entre los productos y servicios de la economía local y la cultura del

²⁴ Los objetivos y métodos de implementación de LEADER han sido claves para el surgimiento y continuidad del Proyecto, tanto por enfatizar la animación de la población local y la movilización de los recursos endógenos de los territorios, como por facilitar mecanismos de cooperación entre territorios.

territorio, a la vez que se contribuyó a la protección de la memoria histórica de los grupos religiosos cátaros en el sur de Francia, desde sus orígenes en la Edad Media, y mejorar la identidad y el sentido de pertenencia como palancas de desarrollo del medio rural.

→ El territorio LEADER Valle Umbra e Sibillini (Italia) desde sus inicios se había centrado en mejorar la calidad y la valorización de sus productos y servicios locales (gastronomía, servicios turísticos, productos autóctonos y tradicionales, parajes naturales, eventos culturales, arte y patrimonio), los cuales no disponían aún de ningún tipo de marca que pudiera identificarlos, a fin de competir territorios rivales italianos y europeos.

De esta forma, y desde su origen, el objetivo explícito del proyecto de desarrollo de este territorio fue la implantación de una marca común para todos sus productos y servicios territoriales. La idea implícita era utilizar la marca como una herramienta para convertir al territorio en su conjunto en un producto comercial, al enfatizar sus fuertes raíces culturales rurales.

→ Casi simultáneamente a las experiencias anteriores, el GAL de El Condado de Jaén (España), estaba trabajando en el objetivo de lograr la igualdad de oportunidades para los diferentes agentes sociales que integraban su población, destacando también sus fuertes raíces culturales rurales, para consolidar una identidad territorial común, que se encontraba relativamente frágil en ese momento. En 1997, como iniciativa innovadora, este GAL había planteado el apoyo a la comercialización de los productos de varias empresas artesanales, integradas por mujeres, mediante la creación de una contraetiqueta (de carácter transversal y adicional a las marcas de producto). Mediante esta estrategia el GAL buscaba diseñar una marca territorial que sirviera de paraguas a las pequeñas empresas locales, y que aglutinase a todos los posibles productos que se obtuvieran en sus diferentes sectores productivos.

A finales del año 1997, el Observatorio Leader identificó la originalidad y las similitudes que existían entre los proyectos territoriales mencionados, y puso en contacto a los tres GAL. De este primer encuentro surgió la idea de constituir una red para diseñar un proyecto de marca común como estrategia colectiva que se apoyara en unos criterios operativos comunes.

En diciembre 1999, tras un periodo de debate y negociación, representantes públicos y privados de estos tres territorios firmaron en Foligno (Italia), una "carta" en la que se aprobó formalmente el concepto de "calidad territorial" para el Proyecto (se

define más adelante) y en la que se formularon siete principios sobre los que debía sustentarse la estrategia común: 1) Participación; 2) Igualdad de Oportunidades; 3) Creación de Sinergias; 4) Solidaridad; 5) Transversalidad; 6) Autenticidad, y 7) Compromiso territorial. Posteriormente, se incorporó el principio de Responsabilidad Social.

Por otra parte, en la reunión de Foligno se acordó que cada territorio diseñara sus instrumentos, procedimientos y órganos de gestión para la implementación de su Marca de Calidad Territorial (nombre que se le da a las marcas territoriales del Proyecto). Al mismo tiempo, estos tres territorios iniciales, conscientes de la necesidad de consolidar vínculos, y de que la mejor garantía de éxito de su iniciativa era alcanzar masa crítica suficiente, decidieron intentar ampliar la Red de territorios, utilizando para ello las posibilidades de cooperación regional, nacional y transnacional que ofrecían los programas de desarrollo rural.

De esta forma, de los 3 territorios originales en el año 1999, se pasó a 17 en el año 2002 (con la incorporación de 7 españoles, 1 italiano y 5 griegos). Posteriormente, en el año 2007 se unieron otros 7 GAL españoles, alcanzando la cifra de 24 territorios. Ese mismo año, ante la potencial expansión de la red los territorios involucrados en al red decidieron constituir formalmente la Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea (AMCTE), como órgano garante del cumplimiento de los principios y objetivos centrales del Proyecto. Dos años más tarde, en 2009, se registró ante la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) la marca *Calidad Rural*® como marca paraguas del Proyecto. Actualmente, la red, en su ámbito español, ha alcanzado la cifra de 34 territorios con Marca de Calidad Territorial. De estos, 31 ya tienen concedido el derecho de uso de la marca paraguas, *Calidad Rural*®.

El ámbito de actuación de las 31 MCT en total agrupa a 922 municipios, repartidos en 20 provincias de 7 Comunidades Autónomas²⁵, suponen una población de 1.282.369 habitantes (Padrón Municipal del INE a 1 enero de 2011) y una extensión superficial superior a 50.000 km².

Desde los inicios de este proyecto y hasta la actualidad se ha establecido un marco de trabajo cooperativo entre esta red de territorios y la línea de investigación en

²⁵ **Andalucía:** Almería, Córdoba, Granada, Jaén, Málaga, Sevilla; **Aragón:** Huesca, Teruel y Zaragoza; **Cantabria;** **Castilla-La Mancha:** Ciudad Real, Toledo; **Castilla y León:** Burgos, León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria; (7) **Cataluña:** Girona; **Principado de Asturias.**

la que se enmarca esta Tesis Doctoral. A medida que se han ido atendiendo las necesidades y demandas reales del Proyecto, se ha ido dotando a la línea de contenido teórico-metodológico.

IV.2. NIVELES DE ACTUACIÓN

Este Proyecto, tal como se ha mencionado, presenta dos niveles de actuación, y cada uno de ellos contiene una serie de instrumentos que permiten su funcionamiento bajo los criterios de eficacia y transparencia en las acciones.

- 1) Nivel Territorial.** Cada marca de calidad territorial (MCT) es una marca privada, de adhesión voluntaria (sujeta al cumplimiento de los requisitos que establecidos en cada caso). La propiedad corresponde la entidad²⁶ que realice las actuaciones necesarias para su registro en la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) o en la Oficina de Patentes y Marcas del país correspondiente.

El derecho de uso de la imagen asociada a las marcas territoriales pueden obtenerlo las empresas o entidades que superen el procedimiento de certificación establecido para ello. En los apartados siguientes de este capítulo se detallan los documentos y mecanismos de funcionamiento de este tipo de marcas.

- 2) Nivel Supraterritorial.** La Marca de Calidad Territorial Europea (MCTE), marca paraguas, *Calidad Rural*®, es una marca privada, de adhesión voluntaria (sujeta al cumplimiento de los requisitos establecidos), registrada en la OAMI desde el año 2007 y propiedad de la Asociación Europea de la Marca de Calidad Territorial (AMCTE). Esta Asociación se ha dotado de un Reglamento General (ANEXO 1.1. *Reglamento General de la MCTE*) y de un Órgano de Gestión y Control con su correspondiente Reglamento de Funcionamiento²⁷.

El derecho de uso de la marca paraguas pueden obtenerlo los territorios que dispongan de una Marca de Calidad Territorial y que superen la evaluación para la acreditación de acuerdo a la Metodología aprobada por la AMCTE, mediante acuerdo unánime de su Asamblea General de 12 de diciembre de

²⁶ Aunque en el Proyecto MCTE el tipo de entidad más extendida es el Grupos de Actuación Local, existen ejemplos de otras entidades propietarias, como asociaciones de empresarios o entidades públicas de ámbito supramunicipal.

²⁷ Estos documentos pueden consultarse en la página web española de Proyecto (www.calidadterritorial.es) y/o en la web de cooperación a nivel europeo (www.ruralquality.net).

2008. Esta metodología, como se indica en el capítulo siguiente, se ha elaborado como parte de la investigación de esta Tesis.

En la Ilustración 1 se muestra un ejemplo de una MCT que opera bajo el paraguas de la marca paraguas *Calidad Rural*®. La imagen de la derecha corresponde a la MCT (en este caso El Condado de Jaén) y la de la derecha al logotipo de *Calidad Rural*®.

Ilustración 1. Ejemplo de convivencia entre una MCT y la marca paraguas *Calidad Rural*®



En el ANEXO 1.2. *Listado de Marcas de Calidad Territorial del Proyecto MCTE*, se presenta una relación del logotipo de las 31 MCT (indicando la entidad encargada de su gestión) que actualmente tienen el derecho de uso de la marca *Calidad Rural*® y que son objeto de análisis en esta investigación.

En relación con el problema del laberinto de signos expuesto en el capítulo anterior, con estos dos niveles el Proyecto MCTE se persigue lograr un doble efecto simplificador de cara al consumidor. En primer lugar, cada MCT actúa como signo simplificador del mensaje que pretende transmitir: unificar bajo un mismo sello a diferentes productos del mismo territorio, obteniendo sus mejores resultados en mercados de proximidad conocedores de las características propias de los productos de los territorios correspondientes, ya que este sello simplifica la elección de los productos por parte del consumidor que se identifica con sus valores y características. En segundo lugar, la marca paraguas no solo contribuye a simplificar mucho más aún el mensaje de calidad, sino que aspira a servir de referente en mercados distantes.

Dicho en otras palabras, mientras cada MCT reduce a uno el número de sellos en cada territorio (pudiendo incluir productos que ostenten también sellos de DOP o IGP), la marca paraguas reduce a uno el número de sellos de todos los territorios participantes en el Proyecto MCTE, para ser defendidos en el mercado. Se trata de una estrategia de simplificación progresiva.

En coherencia con esta lógica de simplificación del mensaje de calidad en dos etapas, el protocolo de evaluación para el aseguramiento de calidad de estos sellos territoriales incluye dos niveles: a) la certificación de empresas y productos de cada territorio, y b) la acreditación de las MCT. El primer nivel (la certificación) se lleva a

acabo por una serie de empresas evaluadoras a las que la entidad propietaria de cada MCT le confía dicha misión. De esta manera, este tipo de evaluación es externa y objetiva; externa porque la realizan empresas ajenas a los órganos de gestión de cada marca territorial, y objetiva porque se basa en una serie de indicadores objetivos contenidos en los pliegos de condiciones técnicas (o Cartas Específicas, según la terminología del Proyecto MCTE), que cada territorio ha elaborado para cada sector de actividad. Todas las empresas y todos los productos portadores de una marca territorial han de ser evaluadas para llegar a estar certificadas; este proceso dura entre seis meses y un año como media, para cada empresa.

El segundo nivel del protocolo de aseguramiento de calidad consiste en la acreditación de las marcas territoriales. La evaluación que conduce a la acreditación, en su caso, tiene como objetivo comprobar que el protocolo de certificación de cada MCT se hace en base al Reglamento General de la MCTE y otros acuerdos de la Asociación Marca de Calidad Territorial Europea (AMCTE) propietaria de la marca paraguas, *Calidad Rural*®. Por lo tanto, para acometer esta evaluación es necesario analizar los documentos de gestión de cada MCT, la forma en que se ha aplicado la evaluación para la certificación y la manera en que se gestionan sus resultados; y además de lo anterior, esta evaluación debe analizar en qué medida cada marca territorial se está utilizando como estrategia de desarrollo rural sostenible. La evaluación para la acreditación se realiza de forma independiente y objetiva; es independiente porque se lleva a cabo por una red de universidades públicas, implantadas en cada país socio del Proyecto y que cuentan con experiencia y reputación en los ámbitos del desarrollo rural y los sistemas de calidad; y es objetiva porque se basa en las cartas específicas y utiliza una metodología diseñada a partir de indicadores verificables objetivamente y un protocolo orientado a contrastar evidencias y a valorar indicios en los casos en que esto sea necesario. En el ANEXO 1.3. *Niveles de Actuación del Proyecto MCTE*. se pueden ver las principales características de ambos niveles de marca y tipos de evaluación.

La acreditación de las MCT es un paso esencial para lograr la confianza del consumidor, pero el Proyecto MCTE está comprometido con otros dos objetivos igualmente necesarios para su consolidación: la progresiva unificación de las cartas específicas y la promoción de la marca común. De hecho, estos tres elementos forman parte de una misma lógica ya que cada uno condiciona y es condicionado por el resto.

IV.3. CARACTERÍSTICAS Y GESTIÓN DE UNA MCT

IV.3.1. Definición y fundamentación

Una Marca de Calidad Territorial (MCT) dentro del Proyecto MCTE debe ser entendida como el instrumento visible de una estrategia de desarrollo rural. La principal justificación para la puesta en marcha de esta estrategia es que los territorios rurales desempeñan a la vez, tanto funciones de producción dirigidas al mercado (por ejemplo, producción agraria), como otras funciones y servicios que se califican de bienes públicos y que, en muchos casos, se generan como externalidades de las funciones productivas (por ejemplo, conservación del medio ambiente, conservación de la identidad y tradiciones culturales, equilibrio demográfico, y cohesión social y territorial). La viabilidad de este instrumento, como ha se ha mencionado, se centra en la creciente valoración de estas funciones no económicas, por parte de los consumidores europeos y no europeos actualmente.

→ Desde un punto de vista **territorial**, se trata de una estrategia que apuesta por la propia realidad de cada territorio, considerándolo tanto un factor de desarrollo como un lugar de integración de agentes y actividades. Para que la estrategia se adecue, convenientemente, a este enfoque cada territorio debe establecer:

1) Un análisis comparativo del pasado, presente y expectativas de futuro del territorio, mediante un diagnóstico tanto cuantitativo como cualitativo capaz de identificar las especificidades reales y potenciales.

2) La formulación de un argumento sobre el cual constituir el eje de articulación de la marca territorial. La base de este eje debe ser la especificidad territorial (expresión de la identidad) ya sea ésta de tipo natural, histórica o social, cultural o económica. De esta forma, puede ser una estrategia basada en la puesta en valor de los recursos naturales apostando por unas empresas e instituciones sostenibles; puede estar basada en un aspecto singular de la historia del territorio, en un legado que se puede aprovechar y que se manifieste en la forma de organización del paisaje, de los cultivos, tradiciones, arquitectura, patrimonio, etc.; o puede estar basada en una forma artesanal de elaborar los productos de la zona.

→ Bajo un enfoque **integrado y coordinado**, es una estrategia que trata de unir el espacio, los agentes, los mercados y las políticas públicas de intervención para garantizar el futuro del territorio a largo plazo. De esta forma, persigue: i) la concentración de esfuerzos en un objetivo común, más que la mera suma de iniciativas puntuales; ii) la movilización de todos los recursos existentes en el territorio;

y iii) la implicación de todos los agentes socioeconómicos tanto públicos como privados en los procesos de toma de decisión a nivel territorial.

→ Por último, es una estrategia que se concibe dentro de un proceso de **desarrollo sostenible**, y conlleva una serie de aspectos indisociables: económicos, sociales y culturales y ambientales. La primera componente incluye elementos de calidad relativos tanto a los procesos de producción como a la viabilidad de la empresa; se trata, por tanto, de elementos que se pueden considerar tangibles en mayor o menor grado. La segunda y tercera componente afectan a elementos intangibles o difícilmente perceptibles en cada producto al estar relacionados con la responsabilidad social de las empresas.

IV.3.2. Objetivos

El objetivo general de la estrategia de desarrollo rural detrás de una marca territorial es poner en valor la *calidad territorial*²⁸, que presenta las dimensiones siguientes: 1) la calidad ambiental (manejo sostenible de los recursos y conservación del paisaje y los ecosistemas como factores de competitividad), 2) la calidad social (igualdad de oportunidades a través de una estrategia de desarrollo que alcance a todos los colectivos sociales), 3) la calidad de los productos y servicios del territorio (basados en su diferenciación y modo de producción con criterios sociales, ambientales y económicos), 4) la calidad institucional (activos institucionales locales comprometidos con este proceso y que realicen una gestión eficaz) y 5) la calidad de vida de los habitantes del territorio (empleo, renta, entorno saludable y de cohesión social, con acceso a servicios públicos y a servicios para satisfacer las necesidades básicas) en un espacio geográfico con fuerte identidad y sentido de pertenencia (conservación y valorización del patrimonio material e inmaterial)

Sus objetivos específicos son:

- Reforzar la identidad y el sentido de pertenencia territorial.
- Generar una dinámica de trabajo colectiva en el conjunto de actores del territorio (empresarios, funcionarios públicos, técnicos, organizaciones sociales, grupos culturales y deportivos, hogares y ciudadanos individuales) para añadir valor, sobre la base de criterios de calidad a sus producciones.

²⁸ Se ofrece la definición de *calidad territorial* acordada en el Proyecto MCTE.

- Valorar los recursos culturales y físico-naturales del territorio a fin de fortalecer la identidad territorial, e incentivar su valoración económica.
- Incrementar la capacidad del tejido empresarial. La mejora de las prácticas de gestión, la adopción de las innovaciones tecnológicas y organizativas, la planificación y gestión de los recursos humanos, la conservación del entorno medioambiental, etc. forman parte de las actividades dirigidas al logro de la competitividad territorial².
- Promocionar y profundizar la cooperación entre los territorios que participan en el proyecto, a fin de estar en mejores condiciones para responder adecuadamente a los retos que plantea un mundo cada vez más globalizado.

IV.3.3. Principios

Los ocho principios recogidos en el Reglamento General de la marca paraguas *Calidad Rural*® que deben regir el diseño y funcionamiento de MCT involucrada en el Proyecto (o interesa en ello) son:

1) "Permitir la participación del conjunto de los actores en cada nivel de organización y de gestión, y garantizar la transparencia de las acciones a partir del compromiso voluntario y formal de los socios"

La participación de los diferentes actores del territorio en el proceso de desarrollo, en la planificación y en la gestión de su propia estrategia (basada en sus especificidades territoriales y con el fin último de alcanzar la calidad territorial) es un elemento clave para que ésta sea coherente en todas sus fases, desde la etapa de diagnóstico y planificación hasta la ejecución y posterior fase de seguimiento y evaluación. La formación, sensibilización y acompañamiento profesional de todos los actores implicados debe ser una constante en todo el proceso para favorecer esta participación.

El proyecto de desarrollo, para dar cumplimiento a este principio, requiere la creación de una arquitectura institucional, de una estructura organizativa que garantice el equilibrio entre el sector público y privado en sus órganos de gestión y entre los diferentes actores implicados, actuando según normas preestablecidas.

El compromiso de los actores con esta estructura organizativa se deberá formalizar, en cada caso, mediante la firma de convenios formales y contratos, que identifiquen claramente las funciones y formas de articulación entre los diferentes actores implicados. Cada empresario, entidad pública, y organización social será

invitada a comprometerse de manera formal con el proyecto de desarrollo del territorio y a formar parte de una red colectiva para su implementación.

En la dirección del proyecto, la implicación de los actores políticos y técnicos será fundamental a fin de garantizar su transparencia en todas las fases de gestión.

2) "Garantizar la igualdad del acceso de todas las personas al desarrollo en sus dimensiones culturales, sociales y económicas, particularmente los grupos sociales desfavorecidos (en particular jóvenes y mujeres, etc)"

La MCT debe apostar por el fomento de la participación, garantizando la igualdad de oportunidades. Este principio aboga por una consideración especial de los sectores sociales en dificultad y por el establecimiento de nuevas formas de solidaridad a lo largo de todo el proceso de calidad territorial.

El principio implica la promoción de acciones específicas en el territorio a favor de los sectores sociales desfavorecidos (formación de actores y socios, acompañamiento de los empresarios con dificultad, etc.), acciones de educación y sensibilización dirigidas a la ciudadanía en general, así como acciones encaminadas a conseguir una representación de asociaciones sociales en diferentes instancias y una formalización de sus relaciones con las instancias económicas y políticas.

3) "Favorecer las sinergias entre las diferentes organizaciones socio profesionales para una mejor puesta en valor de los productos, servicios y del patrimonio de los territorios"

La cooperación (entre empresas, sectores y territorios) es un elemento clave en el proceso de calidad territorial. Esta cooperación debe quedar formalizada en los documentos establecidos en el proceso de calidad territorial y en los diferentes compromisos establecidos entre los agentes involucrados en el mismo.

Este principio supone la creación y puesta en marcha de las condiciones necesarias para la cooperación en red y para el establecimiento de sinergias para que el proceso de calidad territorial sea coherente en todas sus actuaciones de forma que se garantice su permanencia en el tiempo. Acciones de cooperación en este sentido son: encuentros entre los diferentes socios en diferentes instancias de concertación, trabajo en común con técnicos de diferentes entidades u organizaciones, trabajo en red entre representantes de los diferentes sectores económicos y sociales, formación de técnicos y empresarios comunes a varios sectores de actividad o acciones de promoción y comercialización comunes a diferentes sectores.

4) "Crear solidaridades entre los diferentes actores, y fundamentalmente entre los productores de uno o varios sectores, entre los productores y los consumidores en cada territorio y entre los territorios"

En el proceso de calidad territorial la creación de solidaridades debe ser un aspecto inherente a todas las actuaciones que se pongan en marcha, ya sean acciones de trabajo en común entre productores, sectores o con otros territorios o acciones de comunicación, difusión y promoción. De esta forma, se persigue un desarrollo compartido entre los grupos sociales del territorio, la cooperación empresarial entre actores de un mismo sector y entre varios sectores y el establecimiento de vínculos entre productores y consumidores.

5) "Favorecer la emergencia y sostenibilidad del proceso de calidad transversal para el conjunto de los productos y servicios de cada uno de los territorios"

El proceso de calidad territorial presenta un carácter transversal, no siendo específico de un determinado sector o grupo dentro del territorio. Este carácter transversal es el elemento que da coherencia y sostenibilidad al proceso de desarrollo al garantizar el equilibrio entre las dimensiones económica, social, cultural y medioambiental.

Para garantizar el cumplimiento de este principio, cada territorio debe poner en marcha acciones que movilicen al conjunto de los actores, con el objetivo de hacer visible colectivamente el valor añadido generado por las actividades transversales del proceso (por ejemplo, exposiciones y ferias a fin de informar y comercializar los productos y servicios locales, reuniones públicas y mesas redondas que pueden tener carácter informativo para el público en general o estar dirigidas a colectivos concretos; viajes e intercambios que permiten la difusión del conocimiento directo de ideas y proyectos novedosos, etc.). Del mismo modo, en los grupos de trabajo que se organicen, y en los planes de formación que se pongan en marcha la transversalidad debe estar siempre presente.

6) "Garantizar la autenticidad de los savoir-faire y las tradiciones. Construir una identidad fundada sobre valores comunes y compartidos por los actores del territorio y comprometer en sus dimensiones multicultural y europea los intercambios entre las personas. Valorizar el papel de las asociaciones sin ánimo de lucro"

Los conocimientos y el saber-hacer tradicionales son claves para la identificación de la especificidad del territorio involucrado en el proceso de calidad territorial ya que, entre otras cosas, supone un fortalecimiento de su identidad. El patrimonio (cultural, histórico y medioambiental) es un recurso fundamental para el

desarrollo local y una importante fuente para fortalecer la capacidad de generación de innovaciones (técnicas, en productos, en formas organizativas, etc).

Este principio implica diagnosticar el estado del patrimonio histórico y medioambiental a fin de lograr su máxima valorización. En este proceso de búsqueda y acercamiento al acervo cultural, histórico y medioambiental local, las organizaciones de la sociedad civil desempeñan papeles decisivos; y son las únicas que estarían en condiciones de garantizar que la identidad territorial no termine convirtiéndose sólo en un objetivo comercial.

El cumplimiento de este principio, mediante la identificación de elementos de identidad en los reglamentos de gestión, del proceso de implantación de la marca de calidad territorial, incluye acciones de acompañamiento, formación y sensibilización dirigidas a los empresarios y entidades públicas, para compartir valores comunes, construir y transmitir una imagen común, creando un partenariado con las asociaciones, los habitantes y los consumidores.

7) *"Responder a las nuevas demandas de los consumidores y usuarios a partir de esta identidad colectiva traducida en una imagen llevada por el territorio"*

La existencia de identidad en un determinado territorio es un factor de máxima importancia para que sus actores se sientan comprometidos con el territorio en el que habitan. En correspondencia, el territorio (entendido aquí como algo vivo) debe comprometerse a buscar el equilibrio entre las opciones de producción, las opciones de consumo y la coherencia entre su imagen y las nuevas demandas de los consumidores.

8) *"Garantizar que las empresas y entidades que porten la marca sean socialmente responsables y que sus productos o servicios tienen más allá de los mínimos exigidos por la legislación de aplicación"*

Este principio implica que un territorio inmerso en el proceso de calidad territorial debe establecer, en sus documentos de gestión, los estándares de calidad que garanticen que las empresas y entidades sean económicamente viables, medioambientalmente respetuosas y socialmente comprometidas.

La calidad económica incluye aspectos tales como una gestión eficaz, el uso de recursos locales, un marketing responsable, la apuesta por la innovación, y la importancia de los conocimientos y valores tradicionales, para el logro de la competitividad de sus empresas y del territorio en su conjunto.

La calidad medioambiental, por su parte, supone la generación de una conciencia de la necesidad de ahorrar agua, energía y materias primas, de una gestión adecuada de los residuos, de evitar la contaminación, la compra responsable de insumos, y la integración de sus productos y servicios con el entorno, entre otros aspectos.

La calidad social, implica la necesidad de generar condiciones que garanticen la igualdad de oportunidades, la participación en la toma de decisiones, la formación continua y la generación de mecanismos de competencia leal en su entorno económico, entre otros.

IV.3.4. Mecanismos de diseño y funcionamiento

IV.3.4.1. El ámbito de actuación y aplicación

El ámbito de actuación de una Marca de Calidad Territorial está limitada a territorios con identidad natural, histórica o carácter administrativo, con una dimensión superior a un municipio e inferior a una región administrativa NUTS 3²⁹ y con carácter rural³⁰. Su ámbito de aplicación no se reduce a los bienes producidos, o a los servicios que ofrezca el territorio, sino que puede dar cobertura también a todos los aspectos que contiene el territorio (especificidades), abarcando incluso elementos patrimoniales de carácter colectivo (histórico, cultural, medioambiental), así como a los propios municipios del territorio.

Por lo tanto, la marca puede ser otorgada a empresas privadas (productoras de bienes y servicios), entidades e instituciones públicas, asociaciones y colectivos sociales que promuevan y defiendan el patrimonio, la cultura del territorio, o los productos y servicios de las empresas con este distintivo.

²⁹ NUTS (de las siglas *Nomenclatura de las Unidades Territoriales Estadísticas*) es una clasificación jerárquica con fines estadísticos, mediante la cual la Unión Europea divide a cada Estado miembro en un número de unidades territoriales. Cada unidad territorial o NUTS es una región geográfica con una autoridad establecida y con competencia institucional y legal en el estado miembro en cuestión. Las categorías básicas de esta clasificación son: NUTS 1 (los estados federados alemanes o el grupo de regiones italianas), NUTS2 (las regiones francesas o comunidades autónomas españolas) y NUTS 3 (las provincias españolas o italianas, los departamentos franceses o las prefecturas griegas). Complementariamente, pueden existir otras dos categorías, NUTS 4 y NUTS 5, siendo esta última la correspondiente a los municipios en España.

³⁰ Partiendo del criterio de la OCDE para la calificación de los municipios rurales, (densidad de población: menor de 150 habitantes/km²) y para las regiones (más del 15% de la población vive en municipios rurales), a los efectos de este Proyecto, y según se recoge en la Metodología de Evaluación para la Acreditación de MCT, se considera que un territorio tiene carácter rural si: a) más del 15% de la población total del territorio vive en municipios rurales; b) no existe ningún municipio de más de 100.000 habitantes; c) no existe más de un municipio entre 50.000 y 100.000 habitantes.

Documentos de gestión

Para la implantación de una MCT cada territorio debe construir una serie de documentos de gestión, que soporten los diferentes principios y criterios que deben aplicar las empresas / entidades / municipios cuyos productos, servicios o actividades deseen promocionar, bajo las garantías y la confianza que genera o puede generar la *Calidad Rural*®:

1. Carta General, o reglamento básico donde se detallan los objetivos, valores y principios, que deben guiar el desarrollo, así como sus grandes líneas de actuación. Se estructura en una serie de artículos en los que se definen, al menos, las cuestiones siguientes: i) el territorio (ámbito de aplicación), ii) las prioridades y líneas estratégicas del proceso de desarrollo, iii) los compromisos que deben adquirirse, y iv) los elementos, procedimientos y modalidades de gestión, atribución y control de la marca territorial.

2. Cartas Específicas, o reglamentos técnicos, en los que identifican los criterios específicos que deben cumplir las empresas, las entidades públicas y municipios para garantizar los principios de calidad económica, social y ambiental recogidos en la Carta General. Estas normas, se concretan por sectores de actividad y en su contenido identifican tanto normas generales de calidad, referidas al producto o servicio o actividad, como relativas a responsabilidad social (económica, social y ambiental) .

No se trata de unos documentos estáticos. Estos se actualizan por la evolución de las normas legales, o la evolución de las exigencias de los mercados y de los consumidores, o la evolución de las propias empresas, entidades, instituciones o municipios, así como por las nuevas necesidades de cada marca territorial.

3. Carta Gráfica, o documento que regula las condiciones de uso de la imagen de marca en cada territorio. Este documento recoge las características (dimensiones, gama cromática, etc.) de la imagen genérica o logotipo protegida por la marca registrada, y las reglas precisas de adaptación a todos los soportes de la comunicación, promoción y comercialización de los productos, servicios, actividades susceptibles de portarla.

4. Manual de Uso. Es un documento que recoge las normas a cumplir para el uso de la marca por parte de las empresas o entidades certificadas para ello. Las normas básicas de este manual son las siguientes: i) sólo se podrá hacer uso de la marca en aquellos productos y marcas para los que se haya obtenido la certificación;

ii) la marca deberá usar el tamaño, colores y seguir las indicaciones especificadas en el manual de uso gráfico.

IV.3.4.2. Órganos de Gestión y Control

Para la gestión de cada MCT existen fundamentalmente dos órganos: i) el Comité u Órgano de Gestión y Control y ii) el Comité Científico o Aval de Expertos.

1. Comité de Gestión y Control. Es un órgano eminentemente técnico, con una estructura claramente definida y un reglamento de funcionamiento, en el que queda detallada su composición y función, así como los mecanismos de evaluación y concesión de uso de la marca. Entre sus funciones se encuentran: 1) establecer el reglamento de uso de marca territorial, 2) elaborar el listado de productos, servicios y actividades, en cada sector, que pueden ser susceptibles de certificación, 3) aprobar las entidades encargadas de la certificación y sus posteriores renovaciones, iv) controlar todo el procedimiento de implantación y concesión, velando en todo momento por el cumplimiento de la Carta General, las Cartas Gráficas y la Carta Gráfica, para garantizar un uso correcto de la marca territorial; v) nombrar el Comité Científico, en caso de ser necesario; vi) aprobar los diferentes documentos de gestión y sus posteriores modificaciones; vii) coordinar y participar en actividades a nivel territorial y resto de niveles que ayuden a la implantación y difusión de la marca territorial y de la marca paraguas Calidad Rural®.

2. Comité Científico o Aval de Expertos. Compuesto por especialistas e investigadores culturales e históricos del territorio, puede ser constituido para asesorar al Comité de Gestión y Control sobre todas las certificaciones que afecten a bienes culturales, patrimoniales e históricos

IV.3.4.3. Procedimiento de implantación

La implantación y gestión de una MCT requiere, no sólo de un cuerpo normativo con el que comparar los productos, servicios, eventos y otras actividades y municipios, que deseen obtenerla y promocionarse con ella, sino de un procedimiento claramente establecido que certifique que la empresa, entidad, institución o municipio cumple con los requisitos previamente establecidos en la Carta Específica que le sea de aplicación, de forma que se garantice transparencia en todas las actuaciones.

Este procedimiento comienza con una solicitud para obtener la marca, continúa con una evaluación del cumplimiento de los requisitos exigidos, con la aplicación en su caso de una serie de medidas para cumplir las carencias o deficiencias encontradas, y concluye con una revisión del informe de evaluación para decidir si finalmente se

concede o no el uso de la marca a la empresa, entidad, institución o municipio en cuestión. Asimismo se requiere un compromiso por parte de la empresa, entidad, institución o municipio para cumplir una serie de medidas, que aseguren la continuidad de la calidad en sus tres vertientes, económica, social y ambiental.

CHAPTER V: METHODOLOGY

The methodology of this research responds to the dual requirement to (1) obtain and assign values to a synthetic index (GDMT) which measures the degree of development of each local Territorial Quality Mark (TQM), and (2) identify the factors that best explain the degree of relative success of these development strategies based on quality differentiation, and to also quantify the relative importance of each factor. To meet this dual requirement it was necessary to develop a specific methodology within the overall methodology of this Thesis. That specific methodology (Methodology for the Evaluation of Territorial Quality Marks) is an original and innovative contribution of this research and is a product derived from this research that has practical application in territorial differentiation strategies. Different multivariate analysis techniques were used to achieve the objectives of the investigation.

La metodología de esta investigación responde a la doble necesidad de obtener y asignar valores a un índice sintético (GDMT), que mida el Grado de Desarrollo de cada Marca de Calidad Territorial local, y al objetivo de identificar los factores que mejor explican el grado de éxito relativo de estas estrategias de desarrollo basadas en la diferenciación por calidad, cuantificando, además, el peso relativo de cada uno de estos factores. Para responder a esta doble necesidad ha sido necesario elaborar una metodología dentro de la metodología general de esta Tesis. Esa metodología instrumental (Metodología de Evaluación de las Marcas de Calidad Territorial) es una aportación original e innovadora de esta investigación y constituye un producto derivado de esta investigación, que tiene aplicación real en estrategias reales de diferenciación territorial. Diferentes técnicas de análisis multivariante han sido utilizadas para alcanzar los objetivos propuestos en la investigación.

V. METODOLOGÍA

Para alcanzar los Objetivos Centrales de esta investigación, es preciso plantear una metodología avanzada que permita superar los dos problemas instrumentales siguientes:

1. La estimación del grado de avance o desarrollo de cada una de las estrategias de desarrollo territorial basadas en la implantación y despliegue de una Marca de Calidad Territorial (MCT), integrada en la marca paraguas *Calidad Rural*®. Estas marcas actúan como expresión de “contratos” entre el medio rural y el urbano (formalización de los compromisos y garantías). Se hace necesario diseñar y aplicar un procedimiento para valorar las diferentes dimensiones de este tipo de estrategias de desarrollo, e integrarlas en un índice sintético para cada territorio. Las principales dificultades de esto estriban en que no existe precedente metodológico, por una parte, y que requiere de una estrecha colaboración de los actores locales, por otra parte. Para superar estas dificultades se hace necesario elaborar un protocolo técnico de recogida de datos primarios y secundarios y, paralelamente, consensuar con los actores locales la forma de valorar de los índices parciales correspondientes. Esto ha dado lugar a la elaboración del índice sintético de Grado de Desarrollo Global (GDMT) que se expone más adelante.
2. La identificación y peso relativo de los factores explicativos del grado de desarrollo de las estrategias de diferenciación basadas en calidad. La heterogeneidad de las dinámicas territoriales y la dificultad de obtener algunas variables condiciona la selección de los modelos econométricos utilizables para este fin.

Consecuentemente, el Plan de Trabajo de esta investigación se ha dividido en las siguientes fases:

→ **FASE 1:** Revisión bibliográfica para establecer el marco conceptual de la investigación. Se ha presentado en los Capítulos II y III de este documento.

→ **FASE 2ª:** Diseño de una Metodología de Evaluación para determinar el grado de implantación y desarrollo de marcas territoriales dentro del Proyecto Marca de Calidad Territorial Europea (MCTE). Las particularidades de este proyecto, el origen y necesidad de disponer de esta metodología se han detallado en el Capítulo IV.

→ **FASE 3ª**: Recogida de información primaria mediante la aplicación de la metodología resultado de la Fase 2ª a una población de 31 marcas de calidad territorial (MCT), 100% del universo. Complementariamente, se ha realizado una recopilación de información secundaria, mediante la consulta a diferentes fuentes estadísticas, para complementar el análisis empírico.

→ **FASE 4ª**: Análisis Empírico. En primer lugar se han realizado varios Análisis Cluster K-medias para la elaboración de una Tipología de Provincias y otra de Grupos de Acción Local (GAL) españoles. A continuación, tras realizar un Análisis de Componentes Principales (ACP), se ha realizado una tipología de Marcas de Calidad Territorial (MCT) en función de su grado de desarrollo global. Por último, se ha validado un modelo econométrico prospectivo para identificar los factores que mejor explican el grado de éxito en la implantación y desarrollo de una MCT como estrategia de desarrollo rural territorial (o en la consolidación del contrato rural – urbano subyacente). Además, se ha planteado un modelo Logit multinomial para estimar las probabilidades de éxito de un territorio conocidos los valores de las variables exógenas del modelo; no ha sido posible validar este modelo dado que no se han conseguido los datos relativos a los presupuestos gestionados por los GAL correspondientes, como se explica mas adelante.

→ **FASE 5ª**: Extracción de conclusiones y redacción del documento final de Tesis.

V.1. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN MCTE

La Metodología de Evaluación diseñada en el marco del Proyecto MCTE persigue dos objetivos complementarios estrechamente unidos entre sí. Esta interrelación ha sido imprescindible para obtener la muy amplia y diversa información necesaria para esta investigación:

1. Objetivo Profesional → Establecer un sistema de acreditación de Marcas de Calidad Territorial (MCT) interesadas en obtener el derecho de uso de la marca paraguas *Calidad Rural*®. Asimismo, mediante este sistema se pretenden identificar las fortalezas y debilidades de cada MCT, con el propósito de elaborar el correspondiente código de buenas prácticas (*benchmarking*) entre los diferentes territorios que comparten la marca paraguas.
2. Objetivo de Investigación → Servir de herramienta para la recogida sistemática y el tratamiento de información primaria que resulta esencial

para la investigación que soporta esta Tesis.

V.1.1. Retos metodológicos

El reto de partida ha estado relacionado con la demanda de diseñar una metodología para aplicarla a una experiencia real y que sirviera para evaluar el resultado de transformar una idea abstracta, la *calidad territorial* (en los términos en los que ha sido definida en el Capítulo IV), en una estrategia de desarrollo que sea capaz de transmitir y garantizar a los consumidores y usuarios que los valores, sentimientos o imágenes que evoca la marca, son efecto de la dinámica territorial en la que se han generado.

En las últimas dos décadas se han publicado numerosos trabajos sobre la necesidad de evaluar los efectos de los programas de gasto de la Unión Europea en general (COMISION EUROPEA, 1996 y 1999), y sobre el programa LEADER y/o de las especificidades territoriales, en particular (COMISIÓN EUROPEA, 2002; MARANGONI, 2000; MIDMORE, 1998; OBSERVATORIO EUROPEO LEADER, 2000; THIRION, 2000). Sin embargo, no se han encontrado precedentes de metodologías para determinar la coherencia y rigor de los protocolos de aplicación de las marcas territoriales y el impacto que generan en los territorios en los que se implantan.

El segundo núcleo de retos ha estado relacionado con la heterogeneidad de las circunstancias que convergen en los procesos de desarrollo rural, lo que ha exigido plantear un sistema de evaluación multidimensional que considere a la vez las cuestiones siguientes:

- a) Atributos tangibles e intangibles: Los territorios rurales desempeñan a la vez funciones de producción dirigidas al mercado y otras funciones que generan bienes públicos (enfoque multifuncional);
- b) Criterios cuantitativos y cualitativos: Una marca de calidad territorial contiene simultáneamente aspectos económicos, sociales, institucionales y ambientales que son indisociables, por ello, requiere utilizar variables cuantitativas y cualitativas, que deben ser integradas y armonizadas mediante escalas uniformes;
- c) Evidencias e indicios: la diversidad de variables que es necesario recabar implica la necesidad de establecer un mecanismo de objetivación y la inclusión de un procedimiento de verificación de evidencias, así como de la objetivación y normalización del valor de los indicadores propuestos;
- d) Diversidad de sectores y actores: Exige utilizar diferentes herramientas de recogida y tabulación de la información.

El último núcleo de retos ha estado relacionado con necesidad de establecer un procedimiento riguroso y objetivo, a la vez que viable, en términos de presupuesto económico, tiempo y recursos humanos.

Atendiendo a estos retos, la originalidad de esta metodología se basa en los tres elementos siguientes: la estructura, el protocolo de aplicación, y el proceso de análisis de resultados.

V.1.2. Estructura, indicadores y escalas

Esta Metodología para la evaluación y acreditación de MCT utiliza una combinación de 185 variables de análisis, que se han identificado como relevantes tras el proceso siguiente: 1) aproximación a los elementos y aspectos centrales de una estrategia de desarrollo rural basada en la *calidad territorial*³¹; 2) análisis y comparación de metodologías de evaluación y seguimiento empleadas en diferentes sistemas de aseguramiento de la calidad, tanto de productos, como de procesos y organizaciones³²; 3) consulta a técnicos de Grupos de Acción Local (GAL); 4) realización de entrevistas a informantes cualificados de zonas rurales con dinámicas territoriales diferentes.

La combinación de estas variables ha dado como resultado una batería de 40 Indicadores, agrupados en los siguientes Ejes Temáticos: (Ver ANEXO 2.1. *Listado de Indicadores de la Metodología Evaluación MCTE*)

- Territorio (16 variables): Considerado como una “construcción social”, de acuerdo al concepto desarrollado en el Capítulo II de esta Tesis.
- El Proyecto de Desarrollo (40 variables): La visión de futuro del territorio plasmada en una estrategia de desarrollo. En este eje se incluyen indicadores para analizar el diagnóstico y plan estratégico y los mecanismos de participación, entre otras cuestiones relevantes.
- La Marca de Calidad Territorial (46 variables): Con los indicadores de este eje se pretende medir el nivel que ha alcanzado el territorio en términos de definición de su instrumento de marca y de su sistema de aseguramiento de la calidad. Se incluyen indicadores relacionados con las herramientas de gestión y la proyección hacia dentro y fuera del territorio de actuación.

³¹ Se ha utilizado como marco referencial el contenido de los Capítulos II y III de esta Tesis y las particularidades del proyecto de referencia, detalladas en el Capítulo IV.

³² Por su contribución a establecer la filosofía final de la Evaluación, cabe destacar el modelo de gestión por procesos seguido por las Normas ISO 9000 y el sistema de criterios causa-efecto planteado en el Modelo de Excelencia EFQM.

- El Uso de la Marca de Calidad Territorial (28 variables): Los indicadores de este eje analizan aspectos tales como la certificación de empresas y entidades usuarias de la marca, el seguimiento y control de dicho proceso, el cumplimiento de los diferentes requisitos de calidad y el uso gráfico de la marca.
- La Responsabilidad Social (27 variables): Incluye indicadores para analizar los mecanismos existentes para garantizar la responsabilidad social de las empresas y entidades usuarias integradas en un proceso de calidad territorial, entre otras cuestiones.
- La Cooperación, Solidaridad y Transversalidad (28 variables): Los indicadores de este eje pretenden valorar el tipo, intensidad e impacto de las sinergias internas y externas creadas, impulsadas o fortalecidas por la MCT.

Los indicadores han sido contruidos de forma cooperativa, a través de la técnica de focus group con técnicos y expertos de GAL involucrados en el Proyecto MCTE. En la construcción de estos indicadores se pretendió que gozaran de las propiedades siguientes: *simplicidad, pertinencia y objetividad*. De esta forma, cada indicador viene definido por una ficha que contiene el nombre y objetivo, así como el fundamento (de acuerdo a los principios del Reglamento General de la MCTE – ANEXO 1.1.-) para su inclusión en la Metodología y las fuentes objetivas o contrastables en las que se basa su cálculo (Ver ANEXO 2.2. *Metodología de Evaluación para la Acreditación MCTE*)

V.1.2.1. *Medición y escalas*

Se ha definido una escala semántica para aplicar a cada indicador a partir de variables originalmente cuantitativas, o de variables cualitativas que se transforman en cuantitativas (a través de listas de comprobación asociadas a puntuaciones en base a estratos). El procedimiento de aplicación de la Metodología MCTE se ha organizado en base a un sistema de recogida, verificación y análisis de evidencias³³ para medir el nivel de logro³⁴ alcanzado en cada uno de los 40 Indicadores que la componen la Metodología. Para simplificar la comparación e integración de resultados, la valoración

³³ Se consideran evidencias todos aquellos registros, declaraciones de hechos, datos de muestreo o cualquier otra información que sea relevante en el proceso de evaluación, siempre que esta información sea objetivamente verificable. A grandes rasgos, las evidencias se pueden obtener de: 1) la revisión y auditoría de documentos; 2) observación directa y evidencias visuales en terreno; 3) entrevistas en profundidad.

³⁴ El nivel de logro es el resultado de aplicar un indicador a algún elemento de calidad. Se mide a partir de las evidencias aportadas por cada Marca Territorial *local* o recogidas por la Unidad de Evaluación.

del nivel de logro alcanzado en cada indicador se realiza mediante escalas semánticas que asignan valores en el intervalo 0 – 100.

Complementariamente, y para eliminar el eventual carácter subjetivo de algunas evidencias, durante la aplicación de la metodología, la valoración de los indicadores se somete a un doble proceso de depuración basado en la objetivación y la normalización de variables, a través de los pasos siguientes:

- Evaluación inicial: realizada por cada evaluador, a partir de una guía que contiene las escalas semánticas valorar los indicadores y validar las evidencias correspondientes.
- Objetivación de valores: compensación de desviaciones de la matriz de valoraciones iniciales de cada territorio, que da lugar a una matriz corregida.
- Normalización de valores: consiste en la tipificación de los vectores de valores corregidos obtenidos para cada indicador en todos los territorios que se evalúan en cada fase del proceso.

V.1.2.2. Proceso de Evaluación

El proceso de evaluación de una MCT se divide en tres fases y se lleva a cabo a través de un Protocolo en el que se plantea con todo detalle la forma de aplicar la Metodología. El protocolo se acompaña de una serie de herramientas que facilitan la labor de los actores implicados y los evaluadores: *Plantilla* para la Memoria Inicial y la *Plantilla* para la Memoria Complementaria, que se utilizarán como se expone en el párrafo siguiente (Ver ANEXO 2.3. *Herramientas de aplicación de la Metodología de Evaluación MCTE*)

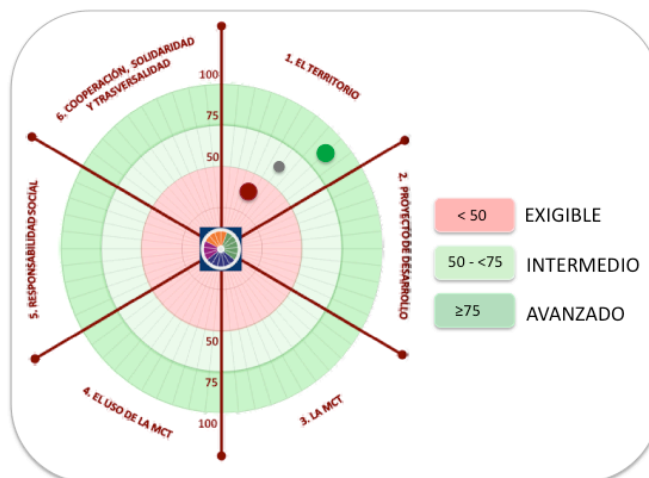
La evaluación de cada MCT se extiende por espacio de entre 4 y 5 meses y se divide en las 3 fases siguientes: 1) la evaluación inicial, basada en los 10 Indicadores *Discriminantes*; 2) la evaluación complementaria realizada con los 30 Indicadores *Complementarios* o de *Perfeccionamiento*; 3) la evaluación global, en la que se incluye la generación de resultados y la presentación del informe correspondiente.

La primera fase se ha diseñado como filtro previo, de forma que las MCT que no superen el decálogo de indicadores discriminantes no pasen a las fases siguientes. Esta evaluación se realiza sobre las evidencias aportadas por la entidad gestora de la marca en relación con las fuentes de verificación de indicadores contenidas en la Metodología y presentadas como Memoria Inicial.

La segunda fase concentra el grueso de la evaluación a través de la presentación de evidencias que permitan calcular 30 Indicadores de dos tipos: *Exigibles* (un logro mínimo de 50 puntos es de obligado cumplimiento) y de *Mejora* (no son obligatorios, pero sirven para identificar las marcas que pueden resultar ejemplares en algunos aspectos de la estrategia). Las evidencias de esta segunda fase son presentadas mediante la Memoria Complementaria y posteriormente se contrastan y completan durante una visita de terreno, que se extiende durante una semana como media y en la que participan entre 4 y 6 evaluadores. Durante la visita de terreno se realiza una auditoría de documentos, entrevistas a diferentes actores involucrados en el proceso de implantación y/o desarrollo de la marca como estrategia de desarrollo y se contrastan y validan evidencias por observación directa de los evaluadores.

Para simplificar el análisis y comprensión de los resultados de la evaluación por parte de los actores locales, y para facilitar su comparación entre territorios, se ha diseñado el diagrama radial sintético que se presenta en la Ilustración 2.

Ilustración 2. Diagrama radial de resultados de evaluación de MCT



Fuente: Elaboración propia

Cada sector circular corresponde a un eje temático, y la puntuación obtenida en cada indicador puede tomar valores en cada uno de los rangos siguientes: *Exigible* (se considera no superado si el valor es menor de 50), *Intermedio* (entre 50 y 74,9) y *Avanzado* (mayor o igual a 75). A efectos de interpretación básica se han adoptado los criterios siguientes:

- Las valoraciones por debajo de 50 puntos se consideran como debilidades en el proceso de implantación y desarrollo de la marca territorial.
- Las valoraciones entre 50 y 74,9 puntos revelan aspectos en los que el

territorio ha iniciado el trabajo de construcción de la marca, pero en los que se debe seguir avanzando para garantizar su implantación y generar los efectos esperados.

- Las valoraciones con 75 o más puntos identifican las principales fortalezas (reales o potenciales) de cada marca territorial. Son los puntos fuertes en los que debe seguir trabajando en su camino a la excelencia, dentro de un proceso de mejora continua. Estos resultados son ejemplos a seguir por el conjunto de territorios de la red y son muy útiles para elaborar catálogos de buenas prácticas.

V.1.2.3. Validación de la propuesta

La validación de esta aportación metodológica se ha realizado en dos pasos: el primero ha consistido en una aplicación de una versión piloto de la Metodología MCTE. Esta validación se hizo para determinar la consistencia y usabilidad de la Metodología y del Protocolo. Para ello, se sometieron ambos a una simulación de evaluación a través de un grupo de gerentes de entidades gestoras de marcas de calidad territorial. En este paso de validación se identificaron y modificaron los elementos que presentaron dificultades o limitaciones, generando así la Metodología y el Protocolo definitivos versión 1.0.

El segundo paso ha consistido en su aplicación a un colectivo de 15 territorios con marca de calidad territorial, entre junio de 2010 y abril de 2011 y a otros 16 entre julio de 2012 y noviembre 2013. Los técnicos y expertos responsables de la gestión de los programas de desarrollo rural de estos territorios han manifestado explícitamente su satisfacción con los resultados obtenidos, al considerarlos estrechamente ajustados a la realidad de las diferentes marcas de calidad territorial evaluadas. De esta manera, puede interpretarse que los resultados obtenidos apoyan la capacidad de la Metodología para reflejar de manera objetiva, rigurosa y sistematizada aquello que los informantes cualificados solo podrían apuntar de una forma subjetiva y somera.

En segundo lugar, y en relación con el Protocolo a través del cuál se aplica la Metodología, cabe decir que ha quedado comprobada la eficacia de las herramientas diseñadas al efecto (*Plantillas* de Memoria Inicial y Complementaria) y, especialmente, el formato de los Informes de Evaluación. Efectivamente, tanto las primeras como éstos han logrado un alto grado de aceptación por parte de sus usuarios y/o destinatarios. Unas y otras razones abonan el argumento de que esta Metodología resulta pertinente para el objetivo para el que ha sido diseñada.

V.3. RECOGIDA DE INFORMACIÓN PARA EL ANÁLISIS EMPÍRICO

El Análisis Empírico de esta Tesis ha requerido la utilización de fuentes de información tanto primarias como secundarias vinculadas al proceso de Acreditación de las MCT.

V.3.1. Fuentes de Información Primaria

La herramienta metodológica para la obtención de la información primaria ha consistido en la aplicación de la Metodología de Evaluación MCTE) presentada en el apartado anterior a una población de 31 Marcas de Calidad Territorial (MCT), 100% del universo. A continuación, se ha elaborado una base de datos con los valores obtenidos en 30 de los 40 Indicadores. No se han considerado los 10 Indicadores *Discriminantes*, en la terminología de la Metodología de Evaluación MCTE, puesto que su finalidad es meramente de comprobación y no aportan información relevante al objeto de la investigación de la Tesis.

Las dos principales fuentes de información para la valoración de los indicadores, en la secuencia de pasos anteriormente expuesta, han sido 1) la documentación aportada como evidencias por cada MCT (una media de 110 documentos en cada uno de los 31 casos); y 2) la realización de entrevistas a informantes cualificados, para completar y/o verificar las evidencias obtenidas de la auditoría de documentos y/o para profundizar en los aspectos cualitativos de la Metodología.

Los informantes cualificados entrevistados pertenecen a los siguientes colectivos:

- Gerentes y otro personal técnico de los GAL o entidad gestora de cada MCT.
- Representantes públicos (alcaldes, presidentes de mancomunidades y comarcas oficiales) del territorio de ámbito de actuación de la MCT.
- Empresarios y representantes de asociaciones empresariales involucrados en el proceso de calidad territorial.
- Representantes de otros colectivos territoriales (asociaciones de mujeres, jóvenes y culturales, entre otras).
- Otros actores territoriales (cronistas, maestros, ...).

En total se han realizado 265 entrevistas, de acuerdo a la distribución que se muestra en la Tabla 1, lo que supone un promedio de entre 8 y 9 entrevistas por MCT.

Tabla 1. Informantes cualificados entrevistados para la recogida de información primaria

Tipo de Informante Cualificado	Total Entrevistas
Gerentes y otro personal técnico de los GAL	57
Representantes públicos	52
Empresarios y representantes de asociaciones empresariales	84
Representes de otras asociaciones territoriales	34
Otros	38
TOTAL (31 MCT)	265

Fuente: Elaboración propia

Para la ejecución de estas entrevistas se ha diseñado, validado y aplicado un guión de entrevista que recoge los temas, así como el sistema de codificación utilizado para su posterior tratamiento (ver ANEXO 2.4. *Guión-Codificación de entrevistas a informantes cualificados*).

V.3.2. Fuentes de Información Secundaria

La recogida de información secundaria para el análisis empírico ha consistido en la consulta a bases de datos, estadísticas y otras fuentes de información a través de las páginas webs de los siguientes organismos:

- Oficina Estadística de la Comisión Europea (EUROSTAT)
- Dirección General de Política Regional de la Comisión Europea
- Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural de la Comisión Europea
- Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA)
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo
- Boletín Oficial del Estado (BOE)
- Anuario Económico La Caixa
- Datos Socioeconómicos de Caja-Duero Caja España
- Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)
- Banco Bilbao Vizcaya (BBVA)

V.4. ANÁLISIS EMPÍRICO

El primer paso de este análisis pretende identificar si existe algún patrón de comportamiento que compartan los territorios que han decidido vincular su estrategia de desarrollo rural a una Marca de Calidad Territorial (MCT), suscribiendo de esta forma una especie de contrato de confianza con los consumidores y usuarios de las zonas urbanas. Para lograr este fin se han elaborado sendas tipologías de provincias (análisis de *entorno*) y de Grupos de Acción Local (análisis *interno*). Del análisis de ambos resultados se identifican las variables (o factores explicativos) que se

seleccionan para la especificación del modelo econométrico final. Estas tipologías se han elaborado con sendos análisis cluster.

El segundo paso consiste en el cálculo del indicador sintético que estime el grado de desarrollo en la implantación de cada MCT. La dificultad metodológica de este paso estriba en determinar los pesos relativos de las componentes del índice, que son los veinte indicadores parciales que integran los ejes de la metodología de evaluación de las marcas analizadas. Para determinar estos pesos relativos se ha utilizado el método multivariante ACP (Análisis de Componentes principales), a través del paquete SPSS.

El tercer paso, una vez que se ha asignado a cada MCT un valor para su índice sintético se emplea esta variable como endógena del modelo econométrico multivariante utilizado. Las variables exógenas propuestas para validar el modelo son las que han resultado tener mayor relevancia en el análisis descriptivo previo.

V.4.1. Tipologías de Provincias y de GAL

Estas tipologías se elaboran usando el método de Análisis Cluster. Siguiendo a EVERITT (1977), citado por SIERRA (2008), este análisis de agrupamientos tiene por objeto, idear, dada una muestra de N objetos o individuos, medidos cada uno de ellos respecto a p variables, un esquema clasificatorio para agrupar los objetos en n clases. Se ha utilizado la técnica K-medias, a través del paquete estadístico SPSS (v.15) para caracterizar los entornos socioeconómicos (provincial y territorial o supramunicipal) que se consideran relevantes para el objeto de esta investigación. Se han elaborado las dos tipologías siguientes:

V.4.1.1. Tipología Combinada de Provincias

Se ha elaborado una tipología de entornos provinciales (considerando las 50 provincias españolas) en base a variables de dinámica económica y de dotación de recursos.

A pesar de existir tipologías de provincias en función de su grado de ruralidad (OCDE, EUROSTAT o Ley Española 45/2007, de 13 de diciembre para el desarrollo sostenible del medio rural), se ha decidido no utilizar ninguna de ellas para la investigación de esta Tesis, puesto que son delimitaciones territoriales en las que prácticamente solamente se tiene en cuenta el aspecto demográfico, usando la densidad de población como variable de agrupación. Dado que con esta Tesis se pretende analizar la viabilidad y pertinencia de estrategias de desarrollo rural basadas en la diferenciación por calidad, y dado que esta circunstancia pudiera estar ligada a

las características de los entornos en los que se sitúan los proyectos de desarrollo correspondientes, se ha considerado conveniente elaborar una tipología específica para este fin. Para ello, se usan variables agregadas a nivel provincial y alguna a nivel regional (cuando no sea posible un nivel menor de agregación). La selección de estas variables se ha realizado tras haber sido consideradas pertinentes previamente por los expertos locales consultados.

En primer lugar, se ha realizado un agrupamiento utilizando las siguientes ocho variables de dinámica económica (Cluster CE):

- *provact01* - Variación población intercensal 01-11
- *provact02* - Índice de Desarrollo Humano (IDH)
- *provact03* - Tasa de actividad
- *provact04* - Índice Actividad Económica
- *provact05* - Cuota de mercado
- *provact06* - PIB per cápita
- *provact08* - Índice de Competitividad Regional
- *provact09* - Potencial Regional de Innovación

A continuación, se ha realizado un segundo agrupamiento utilizando cinco variables que expresan la dotación de algunos recursos del territorial (Cluster CS):

- *provest01* - Densidad de población
- *provest02* - Red Natura 2000
- *provest03* - Población de 16 y más años analfabeta/sin estudios
- *provest04* - Índice de volumen de capital social per cápita
- *provest05* - Población 25-34 años con estudios superiores

La descripción de estas variables se presenta en el ANEXO 2.5. *Variables para la Tipología de Provincias*.

La Tipología Combinada de Provincias se ha elaborado mediante la combinación de los dos resultados anteriores. De esta manera se han establecido 4 categorías y se han representado en un mapa usando el programa ARCGIS (versión 10.1). Los comentarios derivados de dicha aplicación se presentan en el capítulo de resultados.

V.4.1.2. Tipología de Grupos de Acción Local

Se ha construido una tipología de GAL españoles para el periodo de programación 2007-2013. Al igual que en el caso anterior, la razón de esta tipología es

la identificación de factores, en su caso, de un patrón que oriente sobre los escenarios en los que proliferan las MCT. Las variables utilizadas para este agrupamiento han sido propuestas inicialmente por expertos locales, y posteriormente se han ido seleccionando por las iteraciones del software utilizado. Se ha considerado oportuno caracterizar los 264 GAL del periodo de programación actual en base a las siguientes variables:

- *galtest01* - Red Natura 2000
- *galtest02* - Densidad de población
- *galact03* - Trabajadores Autónomos
- *galact02* - Número de empresas / 1000 habitantes
- *galact03* - Inversión municipal media por habitante (€)

La descripción de estas variables se presenta en el ANEXO 2.6. *Variables para la Tipología de GAL*.

La Tipología de GAL resultante (4 categorías) se ha representado en un mapa utilizando el mismo soporte informático que para la tipología anterior.

Para finalizar la caracterización de entornos, este mapa de GAL se ha superpuesto al mapa de provincias, para, de una manera exploratoria, poder identificar si existen indicios de que los GAL más activos se sitúan en las provincias con mayor dinamismo socioeconómico (o al contrario). Al mismo tiempo, en este mapa también se han identificado la población de estudio, para tener una primera aproximación de si pertenecer a un tipo de territorio u otro puede tener influencia menor grado de éxito en términos de los objetivos de esta investigación.

V.4.2. Grado de Desarrollo de una Marca de Calidad Territorial (GDMT)

El cálculo de un índice sintético, que sea una proxy razonable del grado de desarrollo de la Marca de Calidad Territorial en cada uno de los 31 casos estudiados (100% del universo), es un paso previo imprescindible para poder identificar los factores que explican el mayor o menor nivel de implantación y desarrollo de una estrategia de desarrollo rural territorial basada en la diferenciación por calidad (territorial).

La determinación de este índice sintético se ha realizado a partir de los valores de los indicadores obtenidos mediante la aplicación de la metodología específicamente desarrollada en esta investigación para la evaluación de las MCT. Inicialmente se habían utilizado los valores de los 30 indicadores, todos los que ofrece la metodología menos los 10 discriminantes. Sin embargo, la aplicación de ACP ha

rechazado 10 indicadores, dado que muchos de ellos, por el valor que alcanzan, no generan una nube consistente para el análisis. Consecuentemente, por esta razón se ha reducido a 20 el número de indicadores utilizados para la aplicación de este método.

El problema metodológico de partida para la obtención del índice GDMT estriba en la determinación de los pesos que se deben asignar a los índices parciales que lo integran, y que ya han sido expuestos anteriormente. Para responder a esta necesidad se ha utilizado el método ACP (Análisis de Componentes Principales) como el más idóneo para este fin, dada la estructura y el tipo de datos disponibles (DILLON y GOLDSTENI, 1984; JOHNSON, 2000).

El método ACP es un método de análisis multivariante para la síntesis de datos: dadas N observaciones de p variables, el método analiza si es posible representar adecuadamente esta información con un número menor de variables construidas como combinaciones lineales de las variables originales. Se pretende así que un número menor de variables explique en torno al 80% de la varianza. La técnica de componentes principales es debida a HOTELLING (1933), aunque sus orígenes se encuentran en los ajustes ortogonales por mínimos cuadrados introducidos por PEARSON (1901).

En el caso de esta investigación se parte de una matriz $[X]$ de 31 filas (MCT) por 20 columnas (valores de los indicadores parciales, o características según la terminología de ACP) (Ver ANEXO 2.7. *Matriz $[X]$ de características MCT*).

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & \dots & x_{p1} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{1N} & \dots & x_{pN} \end{bmatrix}$$

A partir de esta Matriz de Características se obtiene la Matriz de Varianzas y Covarianzas $[S]$ de las variables originales, que es simétrica.

$$S = \begin{bmatrix} S_{11} & \dots & S_{1p} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ S_{p1} & \dots & S_{pp} \end{bmatrix}$$

En esta matriz se cumple que:

$$S_{ij} = \frac{1}{N} \sum_{k=1}^N x_{ik} \cdot x_{jk}$$

Los elementos diagonales de $[S]$ son las varianzas de cada una de las p características, que se utilizarán a continuación para obtener las combinaciones

lineales que permiten obtener las componentes del análisis, como se expone a continuación. Las Componentes C_i (nuevas variables) se obtienen buscando un vector $[\beta_i]$ que de entre todos los que tienen módulo unitario atribuya a cada C_i la mayor varianza posible. Se demuestra que cada uno de estos vectores es uno de los autovectores de $[S]$. De esta forma, la primera componente se define como la combinación lineal de las variables originales que tiene varianza máxima:

$$C1 = \beta_{11} \cdot X1 + \dots + \beta_{1p} \cdot Xp$$

$C1$ se obtiene buscando el vector $\beta = (\beta_1, \dots, \beta_p)$ que atribuya a $C1$ la mayor varianza posible de entre todos los que tienen módulo unitario. Repitiendo esta operación de forma sucesiva, hasta que se retenga un porcentaje de varianza suficientemente significativo, se llega a la colección de componentes que sintetizan el conjunto de características iniciales.

En el caso de estudio de esta investigación, las p características son los veinte indicadores parciales obtenidos para la evaluación de las MCT ($p = 20$), mientras que N corresponde al número de MCT consideradas ($N = 31$).

La obtención de las componentes lineales que se van a utilizar para el cálculo del índice sintético se han obtenido Multiplicando la matriz $[X]$ por la matriz $[T]$, siendo la primera de (31×20) y la segunda de (20×5) dando lugar a la matriz $[\beta]$ de (31×5) :

$$[X] \times [\beta] = [C]$$

Finalmente, la matriz $[C]$ de (31×5) se multiplicará por la varianza explicada por los componentes principales seleccionados para el total de la muestra. Resultando que el valor del indicador sintético buscado se obtiene como:

$$[C] \times [V] = [GDMT]$$

Con los valores de este índice sintético se han clasificado cada una de las diferentes MCT en uno de los cuatro grados de desarrollo relativo de la estrategia siguientes:

- Grado 1 (Implantación básica): Territorios en los que GDMT se sitúa por debajo del valor de la media menos una desviación típica: $GDMT_i < \overline{GDMT} - \sigma$
- Grado 2 (Intermedio-Bajo): Territorios en los que GDMT se sitúa entre la media y la media menos una desviación típica: $\overline{GDMT} - \sigma \leq GDMT_i < \overline{GDMT}$

- Grado 3 (Intermedio-Alto): Territorios en los que GDMT se sitúa entre la media y la media mas una desviación típica: $\overline{GDMT} \leq GDMT_i \leq \overline{GDMT} + \sigma$
- Grado 4 (Avanzado): Territorios en los que GDMT se sitúa por encima de la media mas una desviación típica: $GDMT_i > \overline{GDMT} + \sigma$

La distribución espacial de las MCT clasificadas de esta forma se ha representado en el mapa correspondiente.

V.4.3. Identificación de los factores explicativos del grado de desarrollo de una MCT

El propósito de esta última parte del análisis consiste en identificar los factores que explican el grado de desarrollo relativo de una Marca de Calidad Territorial, y una vez especificado el modelo poder determinar el grado de desarrollo que podría alcanzar la marca de un territorio en el que fuese implantada una de estas marcas por primera vez. El modelo general responderá a la forma:

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_p, u)$$

siendo Y la variable endógena, X_i cada una de las variables exógenas que se supone que pueden explicar el valor de la endógena, y u la perturbación aleatoria que sigue una distribución normal de media cero y varianza constante. El modelo que se logre validar, en su caso, proporcionará la estructura de dependencia que mejor explique el comportamiento de la variable endógena.

Con este modelo econométrico multivariante *estructural* se pretende reflejar el esqueleto de las relaciones de interdependencia entre variables demográficas, de especificidad, sociales, económicas y de gasto público, y cuantificarlas mediante una ecuación con una forma funcional lineal, concreta. Las ecuaciones se completan con un término aleatorio o estocástico que recoge la incertidumbre o los errores cometidos (de medida, omisión de variables, etc). Con la perturbación aleatoria se especifica que no hay una relación exacta sino estocástica entre las variables (ESCOFIER y PAGES, 1992; LEBART *et al.*, 1998).

En la elaboración de un modelo econométrico estructural se incorpora una cantidad de hipótesis sobre cómo se comporta el fenómeno. Se especifica seleccionando las variables que intervienen en el proceso y su forma funcional; posteriormente, se representan matemáticamente las ecuaciones estructurales. Con los datos que miden los hechos y las técnicas econométricas correspondientes se estima el modelo econométrico. Esto supone dar contenido empírico a las relaciones

entre las variables que representan el funcionamiento del sistema económico, con lo cual el modelo se transforma en uno con números perfectamente determinados. Posteriormente, se realizan los contrastes estadísticos y de hipótesis básicas, sobre la estructura y la perturbación aleatoria. Las principales son:

- Forma funcional matemática lineal (contrastada por el test de Ramsey)
- Varianza es constante para todas las observaciones: $Var(u) = \sigma_u^2 \cdot I_n$ Esta es la hipótesis de homocedasticidad (Contraste de White)
- Una distribución normal multivariante $u \approx N(0, \sigma_n^2 I_n)$
- Por ser una sección cruzada, no procede estudio de la autocorrelación y no estar presente el tiempo.

Obtenido el modelo final se podrá aplicar a la elaboración de predicciones.

V.4.3.1. Especificación del Modelo

Para llevar a cabo esta tarea en el caso objeto de estudio se ha utilizado un modelo de regresión econométrica multivariante especificado de la forma siguiente:

- Variable endógena: el Índice sintético GDMT
- Las variables exógenas se han agrupado en cinco dimensiones temáticas, y aparecen ordenadas de mayor a menor capacidad explicativa supuesta “*a priori*”, a partir del análisis descriptivo en cada una de las dimensiones propuestas.
 - Dimensión demográfica: Las variables ligadas a la población presentan una especial importancia en los estudios de desarrollo rural debido por una parte a la necesidad de disponer de “masa crítica” (variables en valor absoluto) para detonar procesos de transformación, y al hecho de que la densidad de población (variable relativa) o el número de habitantes son utilizados como criterios de delimitación de las zonas rurales en diferentes metodologías (por ejemplo la de la OCDE y la de la Unión Europea), o para la aplicación de determinados instrumentos de políticas públicas (por ejemplo la Ley de Desarrollo Sostenible del Medio Rural), o con fines estadísticos (por ejemplo los datos del INE). Las dos variables seleccionadas para probar su capacidad explicatoria en este modelo son las que se mencionan a continuación. Se ha priorizado la densidad de población por el papel relevante que ha expresado en la construcción de

los clusters (una de las principales variables para formar los agrupamientos obtenidos).

1. Densidad de población (*POBLA1*)
2. Población en municipios menores de 10.000 habitantes (*POBLA2*)³⁵

- Especificidad territorial: Resulta razonable incluir variables ligadas a las diferencias (o “carácter propio”) de cada territorio. Entre las diferentes variables cuyos valores se han obtenido a nivel de los ámbitos de actuación de los Grupos de Acción Local, durante la fase de recogida de datos, destacan las relacionadas con el sector agroalimentario, con el carácter natural o ambiental del territorio, y las relativas a la riqueza cultural local. No obstante, ante la necesidad de seleccionar solo dos de esta lista inicial se ha priorizado una variable de calidad agroalimentaria que a “priori” se ha considerado de mucha importancia para explicar el grado de éxito de una marca territorial: el número de sellos de calidad agroalimentaria protegidos por la Unión Europea. En segundo lugar se ha elegido una variable que expresa el porcentaje de la superficie del territorio que está situada en espacios de la Red Natura 2000; la razón de elegir esta variable vuelve a ser su papel predominante en la separación de agrupamientos realizada en la fase de análisis descriptivo. Consecuentemente, las variables planteadas en esta dimensión son:

1. Especificidad Agroalimentaria (*ESP1*): Número de DOPs y de IGP³⁶
2. Especificidad Natural (*ESP2*): Porcentaje de superficie Red Natura 2000³⁷

- Dimensión Social – Acción colectiva: De las diferentes variables ligadas a factores sociales interesa aquí especialmente elegir aquellas que puedan utilizarse como *proxys* de la capacidad de acción colectiva de cada territorio para un propósito determinado. Naturalmente, para esta dimensión podrían haberse seleccionado variables relacionadas con el capital relacional de un

³⁵ Datos referidos al Padrón de habitantes a 1 de enero de 2011 (INE)

³⁶ El valor que toma esta variable para cada caso de estudio se ha calculado tras realizar la siguiente secuencia de pasos (entre noviembre y diciembre de 2013): 1) consulta a la página web del Ministerio de Alimentación, Agricultura y Medio Ambiente y al Portal de DOPs e IGP de la UE; 2) selección de DOPs cuyo ámbito geográfico se ubica en alguna de las provincias en las que operan las MCT; 3) revisión de los reglamentos técnicos para identificar los municipios dentro del ámbito geográfico de cada DOP o IGP; 4) agregación a nivel de MCT los datos obtenidos a nivel municipal.

³⁷ Dato obtenido por agregación de la información municipal extraída de la cobertura SIG de espacios Red Natura 2000, disponible en la Web del Ministerio de Alimentación, Agricultura y Medio Ambiente para el año 2011.

territorio. Sin embargo ha parecido mas razonable elegir dos que expresen el grado de movilización real de la estrategia de diferenciación, ya que no solo manifiestan la potencialidad (o la voluntad) de acometer un proyecto colectivo sino la capacidad de compromiso real, medido a través del número de empresas que son portadoras de cada marca local concreta o del grado de uso correcto de la imagen del sello. Las variables seleccionadas, cuyos valores manifiestan el grado de compromiso real individual con la estrategia colectiva (y guardan estrecha relación con la cultura o identidad del territorio), son:

1. Número de empresas portadoras de cada MCT (*Social1*)³⁸
2. Grado de uso gráfico de la MCT (*Social2*)³⁹

- Dimensión Económica – Iniciativa privada: Uno de los principales debates asociados a este tipo de marcas “paraguas” cuando persiguen actuar como estrategia de desarrollo territorial, estriba en establecer el equilibrio de fuerzas entre los intereses de la iniciativa privada (que en el caso de las empresas empujan para que el sello actúe con fines de promoción comercial, vinculado al sector productivo, y los intereses de quienes pretenden que sea una herramienta para el fortalecimiento del capital social y la transformación productiva en términos de sostenibilidad, respondiendo así a las nuevas demandas sociales hacia el medio rural y, por tanto, contribuyendo al fortalecimiento de un nuevo tipo de relaciones entre el medio rural y el urbano. En esta dimensión económica, se han seleccionado como variables explicativas el porcentaje de trabajadores autónomos y el número relativo de empresas, como aproximación al grado de la iniciativa y de emprendimiento privados:

1. Porcentaje de trabajadores autónomos (*Economia1*)
2. Número de empresas por cada 1.000 habitantes (*Economia2*)⁴⁰

- Protagonismo del Sector Público: La intervención del sector público permite detonar procesos de transformación en materia de desarrollo cuando esa

³⁸ Dato facilitado por las entidades de gestión de las MCT.

³⁹ Este dato se refiere al número de empresas o entidades portadoras que realizan un uso correcto en sus páginas webs de la MCT de su territorio en convivencia con la marca paraguas, *Calidad Rural*®. Se ha obtenido mediante consulta a las páginas webs de las portadoras (entre noviembre de 2013 y enero de 2014).

⁴⁰ Dato obtenido mediante agregación de datos municipales extraídos de la base de datos socioeconómicos de Caja-Duero Caja España.

responsabilidad no es asumida por los actores privados. En particular, el compromiso de la Administración local resulta esencial en las primeras fases de muchos procesos de desarrollo rural. Sin embargo, a partir de un determinado nivel de madurez de estos procesos resulta pertinente plantearse la conveniencia de ceder protagonismo en beneficio de los actores de la economía real. La cuestión en relación con esto es *¿cuánto protagonismo se debe ceder?* Naturalmente, no existe una respuesta única a esta cuestión, y en cada caso serán necesarias combinaciones diferentes entre lo público y lo privado. La única variable propuesta en esta dimensión es:

1. Inversión municipal media por habitante (*Gasto P.*)⁴¹

• El modelo:

La expresión genérica $Y = f(X_1, X_2, \dots, X_p, u)$, teniendo en cuenta las variables anteriores, se convierte en:

$$GDMT_i = \theta_0 + \theta_1 X_{Demografía} + \theta_2 X_{Especificidad} + \theta_3 X_{Social} + \theta_4 X_{Economía} + \theta_5 X_{G.Público} + u$$

$$u \approx N\left(0, \sigma_n^2 I_n\right)$$

Debido a la dispersión de las unidades en que vienen expresados los datos, la expresión anterior se estima tomando logaritmos neperianos, resultando:

$$lGDMT_i = \beta_0 + \beta_1 lX_{Demografía} + \beta_2 lX_{Especificidad} + \beta_3 lX_{Social} + \beta_4 lX_{Economía} + \beta_5 lX_{G.Público} + u$$

$$u \approx N\left(0, \sigma_n^2 I_n\right)$$

Así, para el territorio h -ésimo, su GDMT será el antilogaritmo de e^{lGDMT_i} :

$$antil e^{lGDMT_i} = GDMT_i$$

El modelo se estima por el Método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), procedimiento conocido que plantea utilizar, como estimación de los parámetros (β_k)

⁴¹ Dato obtenido mediante agregación de datos municipales extraídos de la base de datos socioeconómicos de Caja-Duero Caja España.

aquella combinación de (β_k) que minimice la suma de los errores (e_i) al cuadrado,

$\sum_{i=1}^n (e_i)^2$. Es decir, la suma de las diferencias al cuadrado entre el valor real $l Y_i$

y el estimado $(l \widehat{GDMT}_i)$ de la variable endógena, que el modelo cometerá para las 31 observaciones disponibles:

$$\min \sum_{i=1}^{31} (e_i)^2 = \min \sum_{i=1}^{31} (lGDMT_i - l\widehat{GDMT}_i)^2$$

donde: $e_i = lGDMT_i - l\widehat{GDMT}_i$

Así, aplicando Mínimos Cuadrados Ordinarios resultará la siguiente ecuación estimada:

$$l\widehat{GDMT}_i = \widehat{\beta}_0 + \widehat{\beta}_1 lX_{Demografía} + \widehat{\beta}_2 lX_{Especificidad} + \widehat{\beta}_3 lX_{Social} + \widehat{\beta}_4 lX_{Economía} + \widehat{\beta}_5 lX_{G.Público}$$

Para la caracterización de los territorios que cuentan con una MCT se ha utilizado un mayor número de variables que las incluidas en la especificación expuesta. La razón de esta decisión estriba en que el número de observaciones disponibles es de 31, y en que no es posible superar este número ya que totaliza el universo del caso estudiado. Por esta razón resulta recomendable elegir un número relativamente reducido de variables explicativas para que el modelo pueda ser significativo y que permita sintetizar por aproximación diferentes dimensiones de factores explicativos.

V.4.3.2. Estimación y Validación del Modelo

En esta fase del proceso se ha reducido aún más la lista inicial de variables exógenas, tal y como se detalla en el capítulo de resultados.

V.4.3.3. Propuesta futura: Logit multinomial

Una vez identificados los factores explicativos de GDMT y sus peso relativos el siguiente paso metodológico debería ser la estimación y validación de un modelo Logit, tal como se expone a continuación.

Conocidos los factores que explican el grado de éxito destacado de éxito en la estrategia de diferenciación basada en la marca de calidad territorial, resulta de interés

teórico y práctico conocer la probabilidad que tiene un territorio i -ésimo de conseguirlo a partir de una determinada situación de partida.

Este objetivo se responde con un Modelo Logit, que es un técnica microeconómica tradicionalmente utilizada en el estudio de los problemas de decisión y de captura de los procesos de decisión individual, y las relaciones causales inherentes al proceso de decisión. Ahora bien, estos estudios necesitan un marco de información con datos individuales, es decir, datos desagregados para cada uno de los territorios (ALLENBI *et al.*, 1991; MADDALA, 1996; GREEN, 2001).

A menudo, el problema de la decisión entre dos o más alternativas implica que la variable dependiente que se va a utilizar no es cuantitativa, es decir, no tiene un valor concreto, sino que es cualitativa, y se codifica mediante dígitos o categorías para indicar cuál de las opciones elige cada individuo de la muestra. Los modelos que tienen una variable dependiente con estas características se denominan Modelos de elección discreta.

Los Logit sirven para el propósito mencionado ya que son modelos de elección discreta y que tienen como principal característica que su regresando es discreto, ya que hace referencia a distintas categorías o alternativas de elección. Cuando el individuo se enfrenta a una decisión entre dos alternativas posibles y mutuamente excluyentes, la variable dependiente sólo mostrará dos categorías. Si el individuo elige la primera opción el regresando toma el valor 1, y si el individuo elige la opción complementaria el regresando tomará el valor cero.

Dado el tipo de variable endógena que se utiliza, estos modelos requieren un tratamiento econométrico específico, ya que en este caso el objetivo no es tanto determinar el comportamiento medio de la población (como en los modelos de variable continua), sino que el objetivo primordial es la obtención del valor de probabilidad de que el individuo adopte una elección determinada según el valor de las variables explicativas. Aplicando estos principios al problema objeto de estudio en esta investigación, la “decisión” equivaldrá a la consecución de un grado determinado de éxito en la estrategia de diferenciación por calidad territorial.

Relacionado con su objetivo, un aspecto importante a considerar en los modelos microeconómicos es la gran importancia que tienen las técnicas de recogida de la información o técnicas de muestreo (obtención de una muestra que sea representativa de la población que se quiere analizar). El motivo radica en que la validez de los resultados estará condicionada a la representatividad de la muestra,

puesto que, en estos modelos, se parte de las probabilidades muestrales para determinar la probabilidad poblacional de los factores que condicionan el proceso de decisión.

Para los modelos de regresión logística binaria, si se tiene una variable dependiente Y , que toma el valor $Y=1$ (presencia de una característica u otra categoría de la variable), o el valor $Y=0$ (ausencia de la característica o la otra categoría de la variable), la ecuación de partida del modelo viene dada por:

$$P[Y = 1|X] = \frac{\exp\left(b_0 + \sum_{s=1}^n b_s x_s\right)}{1 + \exp\left(b_0 + \sum_{s=1}^n b_s x_s\right)}$$

donde $P[Y = 1|X]$ es la probabilidad de que Y tome el valor 1, en presencia de las covariables X , que se denota por $p(X)$.

$[X]$ es un vector de n covariables $\{x_1, x_2, \dots, x_n\}$ que forman parte del modelo; b_0 es la constante del modelo o término independiente y los b_i son los coeficientes de las covariables.

Esta ecuación inicial del modelo es de tipo exponencial, pero se realiza su transformación logarítmica (logit), dada por:

$$\ln\left[\frac{p(X)}{1-p(X)}\right] = b_0 + \sum_{s=1}^n b_s x_s$$

De esta forma, se permite su uso como una función lineal y es de más fácil interpretación.

En este caso la variable dependiente sería $Y=1$: cuando un territorio logre el nivel de desarrollo definido como umbral de éxito en la aplicación de la estrategia de marca de calidad), e $Y=0$: cuando la estrategia del territorio no alcance ese nivel). El conjunto de covariables X serían características específicas de los territorios divididas entre variables proxy de los conceptos utilizados para la definición de los ejes de la evaluación de MCT *locales*, y otras variables internas y de entorno.

Lamentablemente, y a pesar de numerosos intentos para ello, no ha sido posible obtener los datos oficiales relativos a las fichas financieras ejecutadas por cada GAL. Estos datos resultaban esenciales, como proxy de una de las variables

fundamentales del modelo. Por tal motivo, no se ha podido validar el modelo, a pesar de haber sido especificado debidamente y de haber montado toda la base de datos de entrada necesaria (salvo el dato mencionado) para su aplicación. Es por este motivo que se propone continuar la investigación en esta dirección en un futuro.

V.5. LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Las mayores limitaciones de esta investigación han estado relacionadas con la recogida y tratamiento de la información.

La recogida y tratamiento de la información primaria ha consumido un porcentaje muy importante del tiempo dedicado a la investigación. Por un lado, ya han quedado expuestos los retos afrontados en el diseño de la Metodología de evaluación de MCT. Por otro lado, por propia naturaleza de la Metodología y las dinámicas de los territorios estudiados, se han necesitado 4 años para completar la totalidad de las evaluaciones relativas a los 31 casos de estudio.

- Se han recorrido más de 15.000 km por el interior de los territorios objeto de estudio.
- Se han revisado y analizado un elevado número de documentos (una media de 110 por MCT estudiada).

Por otro lado, la labor de sistematización y objetivación de la información obtenida de las entrevistas a informantes cualificados, por su heterogeneidad y por la variedad de lenguaje utilizado, también ha consumido mucho tiempo.

La recogida y tratamiento de información secundaria tampoco ha estado exenta de dificultades. Se ha tenido que manejar un gran volumen de datos antes de poder utilizar las variables seleccionadas para el análisis empírico, por las siguientes razones:

- La escasez de datos agregados a nivel de GAL. Aunque la base de datos socioeconómicos de Caja-Duero Caja España dispone de este nivel de agregación, no considera la totalidad de los 264 GAL que están ejecutando programas de desarrollo rural en el periodo de programación actual FEADER. Por este motivo, las variables seleccionadas de esta base de datos se han rescatado a nivel de municipio para luego realizar la agregación a nivel de GAL.
- La escasez de datos desagregados a nivel municipal en la mayoría de las estadísticas del INE, unida a la falta de homogeneidad en el acceso al mismo tipo de variable (y año) en las estadísticas ofrecidas por los

instituciones regionales, ha reducido la disponibilidad de variables adecuadas para la parte del análisis empírico.

- Imposibilidad de obtener los datos oficiales de gasto e inversión final ejecutada en los diferentes programas LEADER y PRODER en España a pesar de haber utilizado todos los cauces posibles para ello. Esta carencia ha hecho imposible estimar y validar el Logit multinomial planteado en este capítulo de metodología de la investigación.

CHAPTER VI: RESULTS

This chapter presents the results of the various analysis carried out in the investigation. Such results include the following:

Territorial Quality Marks (TQM) are concentrated in areas where the importance of natural resources is an essential dimension of their identity, in terms of strategies of development based in differentiation.

The methodology of the evaluation of territorial quality marks has been very effective in achieving the objectives of this research. This methodology has been validated both in an econometric way and by local experts, and therefore it's ready to be transferred to current rural development projects (R+D+i).

The development level of the studied TQM fully follows a normal distribution function.

A case of leverage that stands out above the rest of cases has been identified. It has been also statistically proved that the other cases converge toward that case as a consequence of what could be called demonstration effect.

The factors that best explain the degree of development of a TQM are mainly related to the degree of private initiative, to the degree of collective action, and to an identity based on natural resources. By contrast, the higher level of public sector leadership has a negative effect on the success of the strategy.

En este capítulo se presentan y analizan los resultados obtenidos de los diferentes análisis practicados en la investigación. Entre esos resultados cabe destacar los siguientes:

Las Marcas de Calidad Territorial (MCT) se concentran en territorios en los que la importancia de los recursos naturales es una dimensión esencial de su identidad, para estrategias de diferenciación.

La metodología de evaluación de MCT ha resultado muy eficaz para alcanzar los objetivos de esta investigación. Esta metodología ha sido validada por los expertos locales, lo que la convierte en un resultado indirecto de la investigación, que puede transferirse directamente a proyectos de desarrollo rural reales (I+D+i).

El grado de desarrollo de las marcas territoriales estudiadas se distribuye según una función normal.

Se identifica un caso de apalancamiento (leverage) que destaca por encima del resto de casos, comprobándose estadísticamente la convergencia del resto de casos hacia ese (efecto demostración).

Los factores que mejor explican el grado de desarrollo de una marca son, principalmente, los ligados al grado de iniciativa privada, los relativos a la acción colectiva, y una identidad basada en recursos naturales. Por el contrario, el mayor nivel de protagonismo del sector público presenta un efecto negativo sobre GDMT.

VI. RESULTADOS

VI.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO PRELIMINAR

Como se ha expuesto en el capítulo anterior, el análisis descriptivo preliminar se basa en la elaboración de sendas tipologías: de *entornos* a nivel provincial y a nivel de GAL; estos agrupamientos se han generado mediante software de Análisis Cluster. La salida estadística de este análisis se presenta en el ANEXO 3.1. Consecuentemente, las variables elegidas para elaborar estas tipologías son las que se consideró *a priori* que pudieran ejercer una mayor influencia sobre la dinámica de acción colectiva que requiere una estrategia de desarrollo rural territorial basada en diferenciación por calidad. Tras acometer diferentes iteraciones se han retenido exclusivamente las variables que mas contribuyen a establecer los diferentes grupos.

VI.1.1. Tipología Combinada de Provincias

Se ha realizado mediante la combinación de los agrupamientos obtenidos en dos análisis cluster:

→ **Análisis Cluster Económico (CE)**. Agrupa las provincias en base a su dinámica económica, eligiendo para ello las variables que han presentado una mayor capacidad explicativa para este propósito. Este paso metodológico pretende una aproximación preliminar a la determinación de la capacidad *funcional* relativa de las provincias para aprovechar posibles oportunidades en términos de procesos de desarrollo territorial. Se han obtenido 4 agrupamientos (CE1 a CE4), cuyos valores medios para cada una de las variables retenidas se muestran en la Tabla 2.

Tabla 2. Caracterización de provincias españolas (Dinámica Económica)

ANÁLISIS CLUSTER ECONÓMICO (CE)					
VARIABLES	CE1	CE2	CE3	CE4	TOTAL ESPAÑA
Variación población intercensal 01-11	14,97	3,70	16,66	20,13	14,60
IDH	0,972	0,950	0,973	0,929	0,950
Tasa de actividad	60,30	53,26	63,91	60,36	60,00
Índice Actividad Económica	1784,27	828,26	15639,50	1843,78	1996,62 ¹
Cuota de mercado	1396,82	958,68	12510,50	2282,39	1993,68 ¹
PIB per cápita (euros)	27543,27	20236,00	27974,50	18571,06	22.695
Índice de Competitividad Regional	54,71	42,76	67,97	41,37	55 ²
Potencial Regional de Innovación	2,09	1,58	3,50	1,67	³

¹ Dato calculado como promedio de los valores de las 50 provincias
² Media de las regiones europeas EU-27
³ Dato no disponible a nivel de país

Fuente: Elaboración propia.

→ **Análisis Cluster Stock (CS)**. Para este agrupamiento se han utilizado variables relativas a la dotación de algunos recursos relevantes (excluidos los financieros) que pudieran condicionar (positiva o negativamente) la dinámica económica caracterizada en el paso anterior. Se han obtenido 3 agrupamientos (CS1 a CS3), cuyos valores medios para cada una de las variables incorporadas en el análisis se muestran en la Tabla 3. Esta caracterización preliminar se ha hecho con datos de sección cruzada. Para un análisis de tendencias sería necesario usar datos de panel, pero no se ha hecho aquí ya que no es ese el propósito de esta investigación.

Tabla 3. Caracterización de provincias españolas (Dotación de Recursos)

ANÁLISIS CLUSTER STOCK (CS)				
VARIABLES	CS1	CS2	CS3	TOTAL ESPAÑA
Densidad Población	171,81	55,78	503,46	93,42
% Superficie de Red Natura	39,35	22,83	26,34	27,14
% población 16 y más años analfabeta/sin estudios	12,92	10,82	5,19	10,60
Índice de volumen de capital social per cápita	1856,14	864,63	1010,55	918,86
% Población 25-34 años con estudios superiores	30,93	38,97	53,00	39,12

Fuente: Elaboración propia.

A partir de estas dos caracterizaciones, se ha considerado pertinente elaborar una tipología combinada que incorpore los dos tipos de variables que se han utilizado en CE y CS. Para ello se ha partido del primer agrupamiento y se han discriminado esos resultados con los agrupamientos obtenidos a partir del agrupamiento generado en base a la dotación de recursos CS. De esta manera, se llega a la Tabla 4. que clasifica las provincias españolas en 4 tipos, aportando en cada tipo el agrupamiento al que pertenecen en cada uno de los dos análisis cluster previos.

Tabla 4. Tipología Combinada de provincias

PROVINCIAS TIPO 1			PROVINCIAS TIPO 2			PROVINCIAS TIPO 3			PROVINCIAS TIPO 4		
	CE	CS		CE	CS		CE	CS		CE	CS
Barcelona Madrid	3	3	Burgos Girona - Lleida Huesca - Zaragoza - Teruel La Rioja Navarra Valladolid	1	2	Alicante - Castellón Almería - Málaga - Sevilla Balears (Illes) Murcia Guadalajara Las Palmas - Sta Cruz Tenerife	4	1	Albacete - Ciudad Real - Cuenca Ávila - León - Palencia - Salamanca - Segovia - Zamora - Soria Badajoz - Cáceres Coruña - Lugo - Ourense - Pontevedra Cantabria Asturias Cádiz - Córdoba - Granada - Huelva	2	2
			Araba - Gipuzkoa - Bizkaia	1	3	Toledo	4	2	Jaén	2	1
			Tarragona Valencia	1	1						

Fuente: Elaboración propia

→ **Provincias Tipo 1:** Se trata de las provincias que presentan un mayor nivel de actividad económica y en las que destaca igualmente el valor de los indicadores de carácter stock. Como cabe suponer, en estas provincias el porcentaje de Red Natura 2000 no es de los más elevados del país, aunque su importancia relativa no es menor. De hecho, se encuentra por encima de las provincias agrupadas en el CS2. Pertenecen a este tipo exclusivamente las provincias de Madrid y Barcelona, que se encuentran clasificadas en el agrupamiento 3 tanto en el CE como en CS.

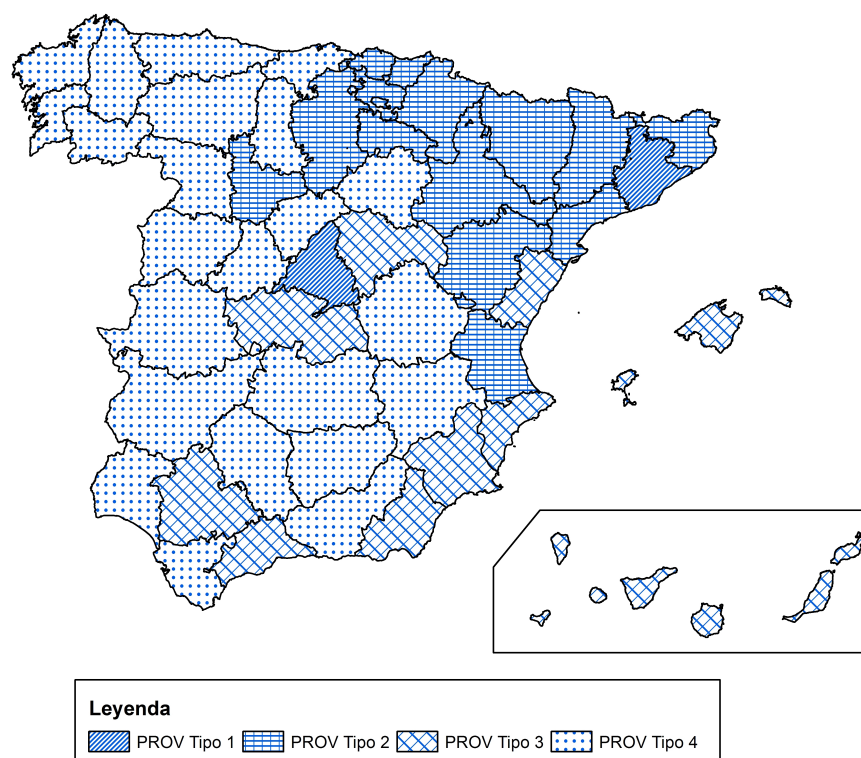
→ **Provincias Tipo 2:** Es un grupo de provincias que presenta menor grado de actividad económica que las anteriores, pero cuyo PIB per cápita no se aleja mucho de las del Tipo 1. Sin embargo, estas provincias son las que contienen mayor porcentaje de espacios en la Red Natura 2000 y destacan por valores más altos en el índice de volumen de capital social *per cápita*. Aunque su carácter urbano es menor que el del Tipo 1, sin embargo mantienen una densidad de población que se puede interpretar como una potencialidad para transformaciones en términos de desarrollo al disponer de una *masa crítica* que pudiera resultar suficiente para ciertas dinámicas de desarrollo territorial. Estas provincias pertenecen todas al CE1, y se distribuyen entre los CS1, CS 2 y CS3.

→ **Provincias Tipo 3:** Agrupa a las provincias agrupadas inicialmente en CE4, que se pueden considerar de tipo intermedio en términos económicos. En términos de dotación relativa de recursos son provincias que pertenecen al CS1, salvo el caso de Toledo.

→ **Provincias Tipo 4.** Se concentran inicialmente en CE2. Se trata de los espacios provinciales que expresan un menor grado de actividad económica. Pertenecen todas CS2, salvo Jaén que se clasifica en CS1. Se trata, por tanto, de provincias que se encuentran en las posiciones de cola en todos los indicadores, salvo en el de porcentaje de población de 25 a 34 años con estudios superiores.

Esta tipología se representa el mapa de la Ilustración 3.

Ilustración 3. Tipología de provincias españolas



Fuente: Elaboración propia

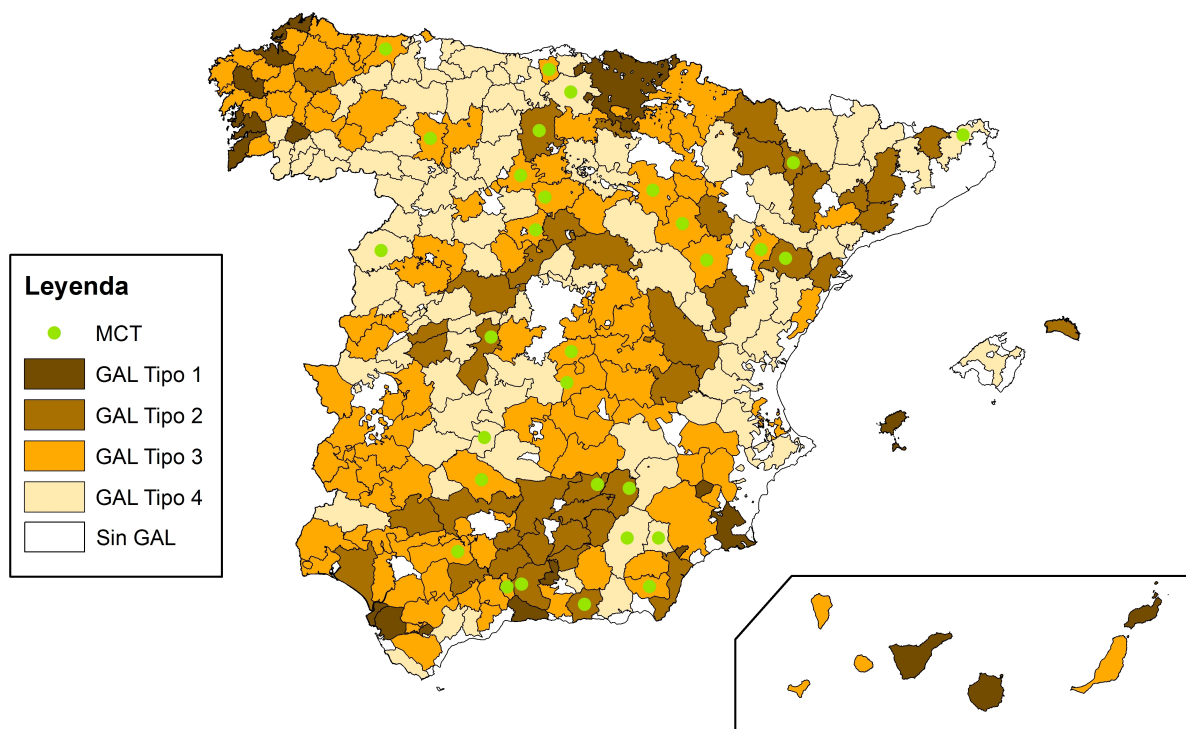
VI.1.2. Tipología de GAL

Paralelamente, se ha llevado a cabo un agrupamiento de GAL con los criterios que quedan expuestos en la metodología. Inicialmente se han obtenido 4 agrupamientos, actuando la densidad de población como la variable con mayor relevancia para generar dichos agrupamientos. El universo de GAL de España (264 casos) queda distribuido de la siguiente forma: 17 en el cluster C1, 149 en el C2, 96 en el C3 y 2 en el C4. A la vista de este resultado, para caracterizar los GAL se han tomado las siguientes decisiones metodológicas:

1. Prescindir del cluster 4, por su nula incidencia en el análisis.
2. Realizar una subdivisión del cluster 2 (C2₁ y C2₂) por concentrar a más de mitad del total de la población de GAL. Para este segundo nivel de agrupamiento, la variable clasificatoria más significativa ha sido la densidad del tejido empresarial (número de empresas / 1000 habitantes).

La tipología resultante se representa en el mapa de la Ilustración VI.2 y se caracteriza a partir de los valores medios de las variables consideradas para establecer los agrupamientos (Tabla 5).

Ilustración 4. Tipología de GAL españoles



Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Caracterización de GAL españoles

VARIABLES utilizadas en Análisis Cluster	TIPO 1 (C1)	TIPO 2 (C2.1)	TIPO 3 (C2.2)	TIPO 4 (C3)	MEDIA GAL ESPAÑA
	17 casos	42 casos	107 casos	96 casos	
					264 casos
% Superficie Red Natura 2000	8,92	30,22	12,78	38,86	24,86
Densidad (hab/Km ²)	290,88	39,49	42,78	21,27	50,19
% Trabajadores Autónomos	17,44	18,34	21,11	28,49	23,11
Número empresas / 1000 hab	42,65	49,67	37,97	35,37	39,16
Inversión municipal media por habitante (€)	382,75	685,08	528,31	681,71	625,47
VARIABLES complementarias					
% Población en municipios < 10.000 hab	13,45	59,84	68,52	85,63	69,87
% Población 15-64 años	69,12	65,84	65,25	62,56	64,61
% Parados sobre Pob 15_64 años	15,10	11,28	13,60	12,29	12,82

Fuente: Elaboración propia.

→ **GAL Tipo 1:** Territorios con elevada densidad de población (por encima de 150 hab/Km²), con una estructura territorial y dinámica socioeconómica parecida a la de las áreas urbanas: existencia de uno o varios núcleos de elevada población que ejercen una fuerte atracción sobre el resto de municipios (de tamaño medio) condicionando su dinámica socioeconómica. Este es el caso de la Asociación para el Desarrollo Rural de la Campiña de Jerez y varios de los GAL de la costa gallega. Presenta el porcentaje de población en edad de trabajar (15 a 64 años) más alto, pero

también son aquellos que también concentran al mayor número de parados sobre este estrato de la población, por encima de la media de todos los GAL.

En este grupo también quedan integrados algunos de los GAL insulares (de Baleares y Canarias), que presentan una dinámica muy particular por sus condicionantes territoriales; y la Asociación para el Progreso del Desarrollo Rural MENDINET, que trabaja de forma conjunta para todos los territorios rurales del País Vasco.

→ **GAL Tipo 2:** Concentra a territorios rurales con una densidad ligeramente por debajo de la media de todos los GAL españoles y con un importante porcentaje de su superficie dentro de la Red Natura 2000 (por encima de la media), como importante recurso para su desarrollo. Son los territorios que desde el punto de vista de la puesta en marcha de procesos de desarrollo participativo presentan mayor coherencia territorial. Por un lado, se caracterizan por tener una red de municipios equilibrada entre municipios pequeños y de mayor tamaño. Por otro lado, son los que presentan una mayor densidad del tejido empresarial (superior a la media de los GAL españoles) y unas mayores oportunidades para el empleo (reflejado en el que presentan el menor porcentaje medio de parados en el estrato de edad de 15 a 64 años).

→ **GAL Tipo 3:** Son territorios similares a los del Tipo 2 en cuanto a densidad de población, aunque presentan menor grado de dinamismo económico y albergan menor porcentaje de espacios incluidos dentro de la Red Natura 2000. Se trata de territorios intermedios en cuanto al Tipo 2 y al Tipo 4.

→ **GAL Tipo 4:** Son los territorios rurales más frágiles en términos de dinámica socioeconómica y estructura poblacional. Esto se ve reflejado por un lado, en su baja densidad de población y elevado porcentaje de la población en municipios de tamaño inferior a 10.000 habitantes. Por otro lado, presentan el nivel más bajo de densidad del tejido empresarial población.

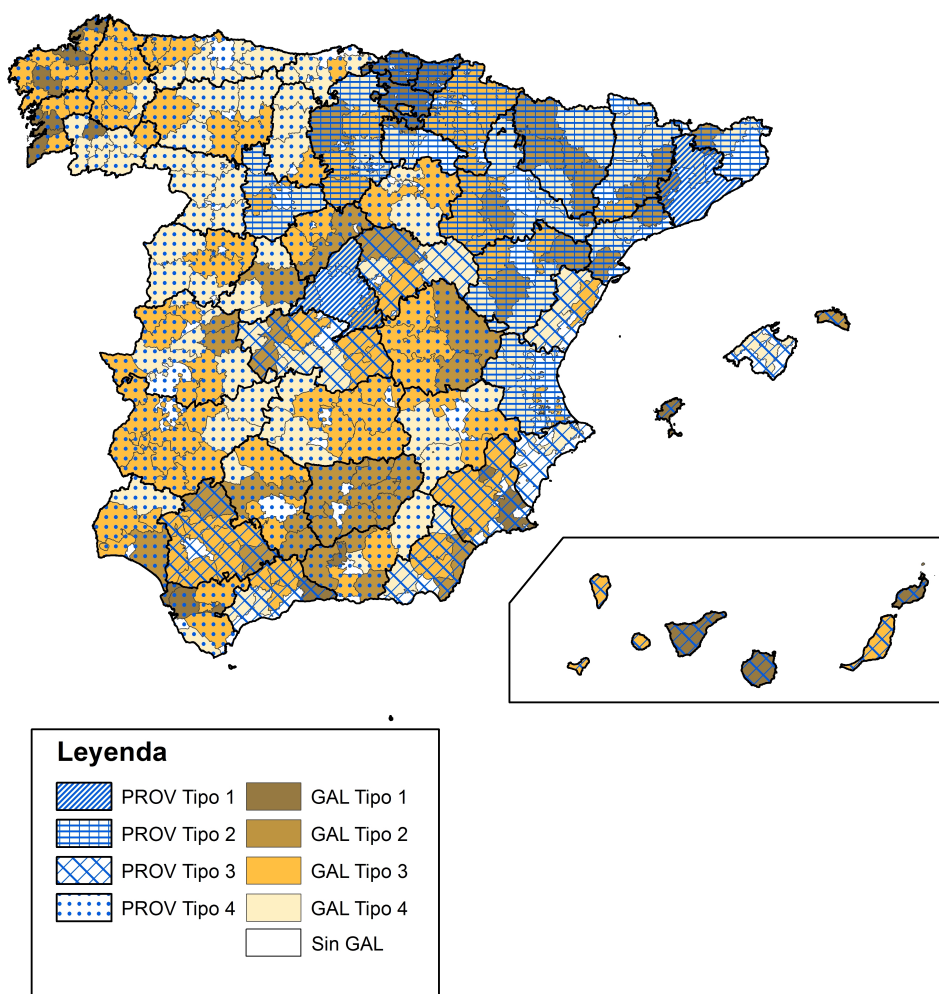
El volumen de inversión municipal medio por habitante en este tipo de GAL es similar al del Tipo 2. Sin embargo, se presupone que el grado de rentabilidad económica de esta inversión difiere notablemente de un tipo a otro. En los GAL Tipo 4 el apoyo se oriente a una mayor inversión social para atender problemas derivados de su menor desarrollo socioeconómico, mientras que en los GAL Tipo 1 probablemente se esté aprovechando para transformar su mayor potencialidad en actividades con efectos sobre la actividad socioeconómica. Esta interpretación no se ha contratado en

esta investigación, es una interpretación derivada de las variables estudiadas y de las entrevistas realizada a informantes cualificados.

Para terminar la caracterización de GAL, cabe mencionar que los territorios que están apostando por una marca de calidad territorial (MCT) como estrategia de desarrollo rural, mayoritariamente son del Tipo 2 y Tipo 3, con alguna presencia en Tipo 4. En ningún caso hay MCT en GAL Tipo 1.

Por último, para completar este análisis descriptivo de entornos socioeconómicos, en la Ilustración 5 se presenta el mapa resultante de superponer la tipología combinada de provincias y la de GAL.

Ilustración 5. Mapa Mixto Tipología de Provincias y GAL



Fuente: Elaboración propia

De la superposición de las capas de ambas tipologías no se aprecia un patrón dominante entre la dispersión territorial de tipos de GAL y la de los tipos provincias en las que se sitúan aquellos. No obstante, se observa que buena parte de los GAL con menor dinamismo y con estructura territorial más frágil y costosa de mantener (en términos de inversión municipal) se sitúan en las provincias menos dinámicas, aunque es cierto que existen casos de este tipo de territorios en otro tipo de provincias. Esta heterogeneidad se puede interpretar como que el entorno provincial no condiciona necesariamente el grado de desarrollo relativo del GAL; incluso podría llegar a ocurrir lo contrario: una mayor actividad del GAL puede generar una dinámica tal que permita superar las limitaciones de entorno de la provincia en la que opera.

Dados que las MCT se concentran en GAL de Tipo 2 y 3, con alguna excepción de Tipo 4, se comenta a continuación alguna cuestión relativa a estos 2 tipos. Aunque existen diferentes combinaciones de tipos de GAL y tipos de provincias, los GAL de Tipo 2 y 3 mayoritariamente se sitúan en provincias de Tipo 4. Es decir: las provincias más atrasadas en términos de potencialidad para el desarrollo socioeconómico concentran buena parte de los GAL con una marca territorial. Este hecho permite formular una hipótesis (no abordada en esta investigación): el grado de actividad, dinamismo, innovación y capacidad de transformación de un GAL puede superar las limitaciones derivadas de un entorno socioeconómico (provincial) poco favorable.

En el ANEXO 3.2. se incluye un listado de GAL y provincias y la categoría en la que queda incluido en cada una de las dos tipologías presentadas.

VI.2. Grado de Desarrollo de las Marcas Territoriales

En primer lugar es necesario mencionar que la aplicación de la técnica univariante ACP es válida para la base de datos disponible, según la Prueba de esfericidad de Bartlett y la Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (Tabla 6) La prueba de Bartlett con un p-value de 0 indica que el modelo factorial es adecuado. La medida de la adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (*Coefficiente KMO*) con un valor de 0.54 indicaría una adecuación muestral mejorable. Sin embargo esta interpretación no es aplicable en este caso ya que se ha trabajado con el total de la población (las 31 MCT existentes) y no con una muestra.

Tabla 6. KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,540
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	467,813
	gl	190
	Sig.	,000

Fuente: Elaboración propia con paquete SPSS 15.

Como se ha señalado anteriormente, con la matriz (X) de los 20 indicadores obtenidos para cada territorio, junto con las matrices $[\beta]$ y $[V]$ obtenidas aplicando el paquete SPSS (v.15) se ha obtenido el valor del GDMT para cada una de las 31 MCT.

La matriz X se incluye en el ANEXO 2.7, presentando aquí exclusivamente el resumen de sus estadísticos descriptivos (Tabla 7):

Tabla 7. Estadísticos descriptivos de la matriz X

	Media	Desviación típica	N del análisis
X21	71,94	3,803	31
X22	70,16	2,410	31
X23	72,74	4,626	31
X24	71,13	7,496	31
X25	72,90	5,443	31
X26	69,52	4,891	31
X27	72,10	3,600	31
X28	71,29	6,579	31
X31	69,19	6,069	31
X32	31,94	33,953	31
X33	65,48	7,995	31
X34	65,00	15,864	31
X35	69,03	8,309	31
X36	66,61	8,601	31
X37	65,00	9,399	31
X38	62,10	22,538	31
X41	56,61	23,180	31
X42	58,55	23,706	31
X43	39,68	33,910	31
X44	49,35	30,815	31

*El primer subíndice identifica el eje de la evaluación MCT y el segundo el indicador

De la tabla anterior se concluye que los indicadores utilizados para el Eje 2 (del X_{21} al X_{28}) presentan una menor desviación que los relativos al Eje 3 y, sobre todo, los que integran el Eje 4, que presentan una dispersión realmente muy grande. Expresado en otras palabras las 31 MCT estudiadas exhiben un comportamiento bastante

parecido en las cuestiones que evalúa el Eje 2; dado que el Eje 2 evalúa algunas cuestiones relacionadas con los Proyectos de Desarrollo territoriales no resulta rara esa homogeneidad debido al alto grado de intervención que han tenido las Comunidades Autónomas en este asunto. En sentido contrario los indicadores del Eje 4 (X₄₁ al X₄₄) manifiestan una fuerte heterogeneidad que deriva de que este Eje evalúa el uso que los portadores de la MCT de cada territorio hacen de este sello; por tanto, es natural esta divergencia valores como resultado de diferentes grados de desarrollo en el proceso de implantación y despliegue de las marcas de calidad territoriales. Por su parte, el grupo de indicadores pertenecientes al Eje 3 ofrece unos resultados intermedios, en términos de desviación típica, entre los de los dos ejes mencionados.

El paquete informático SPSS ha seleccionado 5 componentes principales que explican 74,681% de la varianza, como se presenta en la Tabla 9.

Los β_i asociados a las cinco componentes seleccionadas son (Tabla 8).

Tabla 8. Matriz de componentes (β)

	Coeficientes β				
	1	2	3	4	5
X21	,071	-,746	,466	,039	-,177
X22	-,003	-,011	,022	,760	,465
X23	,499	-,192	,653	,253	,045
X24	,843	,066	-,149	,048	-,152
X25	,346	,192	,788	-,019	,135
X26	,711	-,205	-,050	,171	-,118
X27	,417	,627	,472	-,122	,024
X28	,318	,473	,028	-,424	-,463
X31	,788	-,030	,123	,133	-,308
X32	,105	,806	,339	-,013	,111
X33	,660	-,207	-,342	-,402	,249
X34	,598	-,146	-,176	-,375	,406
X35	,588	,453	-,008	-,015	-,132
X36	,375	,526	-,320	,282	,253
X37	,783	-,354	-,031	,059	-,043
X38	,561	-,118	,193	-,471	,545
X41	,798	-,344	-,176	,125	-,087
X42	,786	-,359	-,153	,128	-,074
X43	,633	,314	-,176	,291	-,069
X44	,213	,752	-,306	,129	-,001

Fuente: Análisis de componentes principales, a 5 componentes extraídos

y las varianzas asociadas a cada uno de ellos (V) resultaron (Tabla 9):

Tabla 9. Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	6,405	32,024	32,024	6,405	32,024	32,024
2	3,542	17,709	49,733	3,542	17,709	49,733
3	2,110	10,548	60,281	2,110	10,548	60,281
4	1,627	8,137	68,419	1,627	8,137	68,419
5	1,252	6,262	74,681	1,252	6,262	74,681
6	,922	4,612	79,293			
7	,778	3,890	83,183			
8	,699	3,496	86,679			
9	,511	2,556	89,236			
10	,447	2,237	91,473			
11	,394	1,970	93,442			
12	,347	1,737	95,180			
13	,271	1,356	96,536			
14	,228	1,138	97,674			
15	,147	,736	98,410			
16	,134	,671	99,081			
17	,088	,441	99,522			
18	,053	,263	99,784			
19	,040	,202	99,987			
20	,003	,013	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

En la tabla anterior se expresa que la primera componente es la que explica un mayor porcentaje de la varianza (32,024%) mientras que las cuatro siguientes aportan porcentajes decrecientes que entre las cinco retenidas acumulan el 74,681%

Del producto matricial, $[C] \times [V] = [GDMT]$, {con $[X] \cdot [\beta] = [C]$ }, se obtuvieron los siguientes valores del indicador sintético GDMT (Tabla 10):

Tabla 10. Valores del indicador GDMT

idMCT	nomMCT	GDMT
MCT01	VAQ	235,254382
MCT02	CON	295,587014
MCT03	PED	243,43013
MCT04	NOR	193,399315
MCT05	OCA	234,792571
MCT06	CAM	247,094631
MCT07	PON	273,428979

MCT08	DUL	226,361047
MCT09	SEG	173,611491
MCT10	TAL	248,85035
MCT11	DES	197,363607
MCT12	VEL	196,085837
MCT13	POE	272,208708
MCT14	MER	239,03996
MCT15	GAR	276,469828
MCT16	RDB	211,76412
MCT17	TOS	239,191449
MCT18	MDP	243,002556
MCT19	SRR	221,190092
MCT20	CCA	227,420293
MCT21	COR	193,205157
MCT22	SOM	223,212718
MCT23	NTE	216,386408
MCT24	CAL	198,556468
MCT25	ARA	198,556468
MCT26	JIL	200,037652
MCT27	VAP	195,659841
MCT28	ALP	212,942157
MCT29	AGR	251,606646
MCT30	MON	215,197511
MCT31	MAT	261,486081

Fuente: Elaboración propia

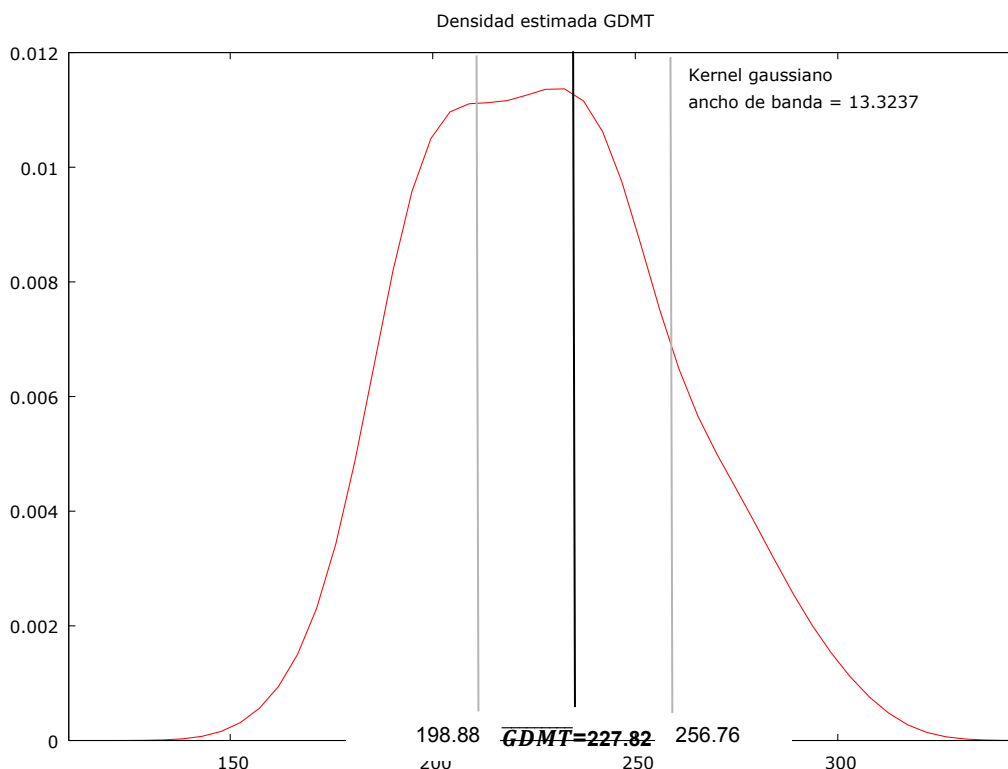
La variable GDMT sigue una distribución normal, corroborada por los contrastes de Doornik-Hansen, W de Shapiro-Wilk, Lilliefors y de Jarque-Bera, con valor p inferior a 0.05 (Tabla 11).

Tabla 11. Contraste de normalidad de GDMT

Contraste de Doornik-Hansen = 1,11082, con valor p 0,573836
W de Shapiro-Wilk = 0,968381, con valor p 0,475641
Contraste de Lilliefors = 0,117809, con valor p ≈ 0,32
Contraste de Jarque-Bera = 1,03497, con valor p 0,596018

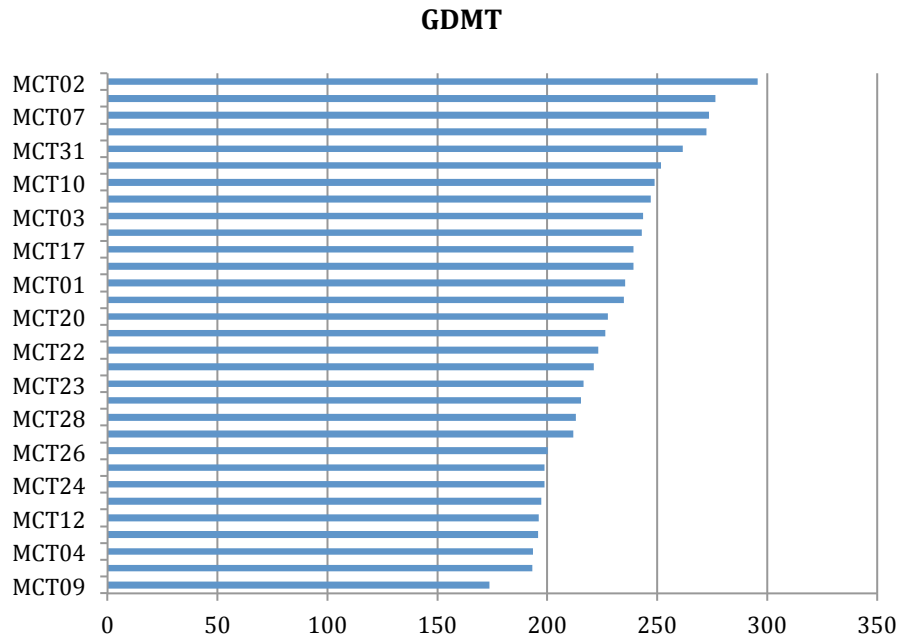
La representación gráfica de la distribución seguida por GDMT es:

Ilustración 6. Distribución de GDMT



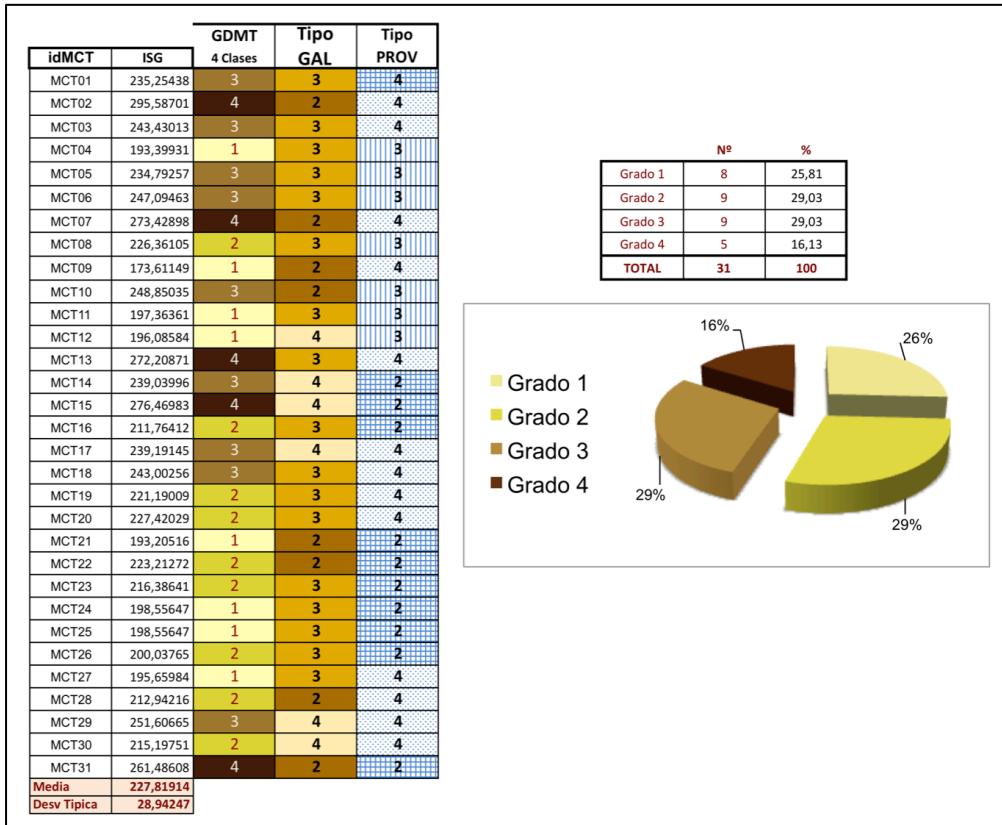
Del resultado de los estadísticos contenidos en la Tabla 11, y de la forma de la función de la Ilustración 6, cabe concluir que el desarrollo de la estrategia de desarrollo rural territorial basado en diferenciación por calidad territorial presenta un comportamiento normal y que, por tanto, los métodos de recogida y sistematización de la información primaria y secundaria utilizada para la evaluación de las MCT han sido adecuados. Adicionalmente, la confirmación de la Hipótesis nula sobre normalidad refuerza la validación de los modelos de análisis empleados y permite afirmar que la metodología de evaluación de MCT diseñada en esta Tesis está en condiciones de ser transferida a los gestores de proyectos de desarrollo rural territorial basados en diferenciación por calidad territorial.

Ilustración 7. Ordenación descendente de MCT según GDMT



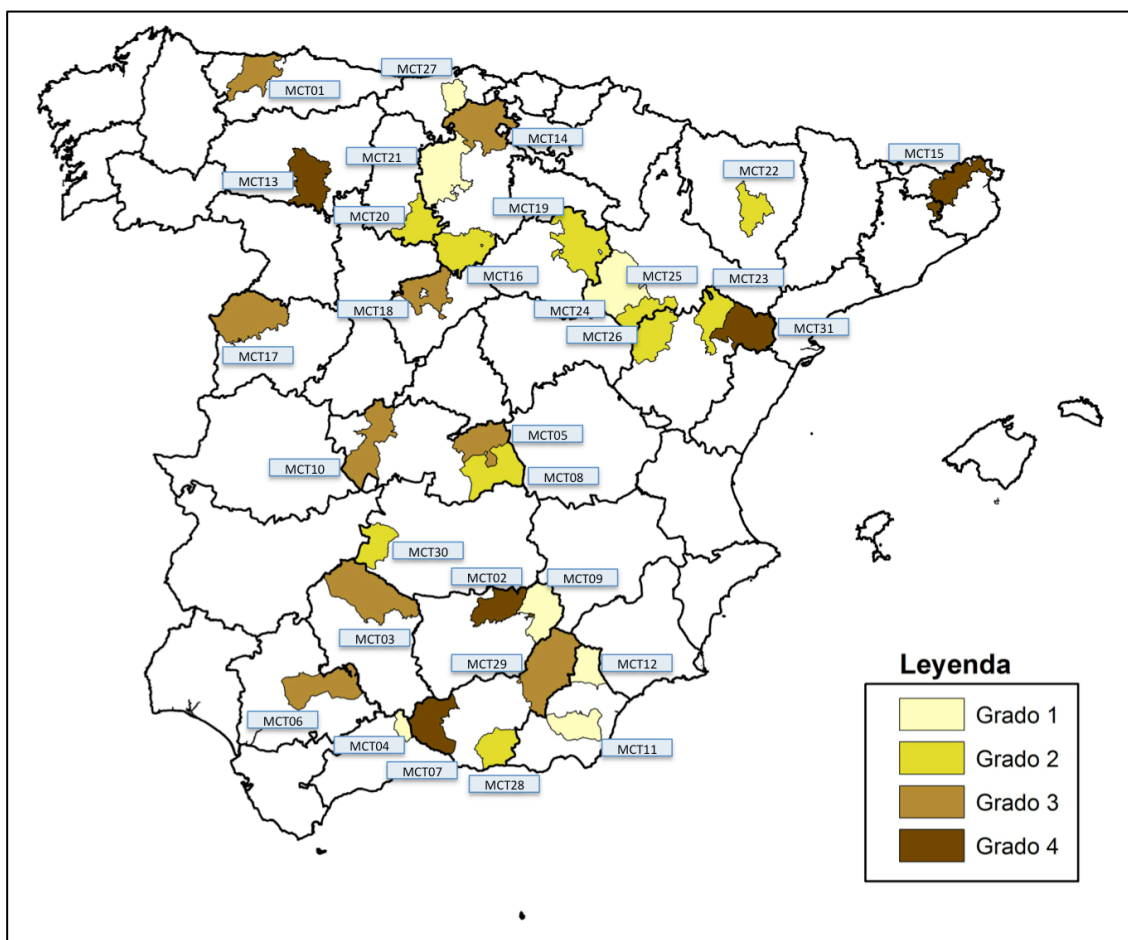
En la Ilustración 7 aparece el valor de la media de GDMT y los valores que corresponden a esa media mas/menos una desviación típica. Dichos valores constituyen los umbrales de los cuatro estratos de GDMT que se recogen en la Ilustración siguiente:

Ilustración 8. Tipología de MCT en base a GDMT



La distribución espacial de los territorios que explotan una MCT, clasificados por grados del índice GDMT, se presenta en el mapa de la Ilustración 9.

Ilustración 9. Tipología de MCT en base a GDMT



Fuente: Elaboración propia utilizando ARCGIS v.15

Los territorios que presentan el grado más avanzado (GDMT = 4) de su MCT se distribuyen de una forma más o menos uniforme por la superficie del Estado. Por su parte, los de grado 3 se sitúan en la mitad oeste del país. Resulta interesante el hecho de Castilla y León concentra el mayor número de territorios de grado 2; puede interpretarse este hecho en una reciente incorporación al proyecto de cooperación y una gran energía aplicada por los territorios para el desarrollo de esa marca. En sentido contrario, Andalucía es la región en la que se concentra el mayor número de territorios de grado 1.

VI.3. Factores explicativos del grado de desarrollo de una MCT

La especificación del modelo multivariante expuesta en la metodología de análisis presentan los estadísticos principales siguientes:

Tabla 12. Estadísticos principales de los resultados de la regresión

Estadístico principales, usando las observaciones 1 - 31

<u>Variable</u>	<u>Media</u>	<u>Mediana</u>	<u>Mínimo</u>	<u>Máximo</u>
GDMT	227,819	226,361	173,611	295,587
POBLA1	24,8055	17,4973	4,89507	68,2195
POBLA2	66,1090	62,8544	0,000000	100,000
ESP1	3,93548	4,00000	0,000000	10,0000
ESP2	23,0953	22,1132	3,70000	83,0063
Social1	13,4194	11,0000	0,000000	60,0000
social2	1,16129	0,000000	0,000000	8,00000
Economia1	21,3629	21,4921	13,2654	29,6131
economia2	40,4198	39,2312	27,9477	68,6487
Gasto P.	706,956	589,928	329,169	1611,02
<u>Variable</u>	<u>Desv. Típica.</u>	<u>C.V.</u>	<u>Asimetría</u>	<u>Exc. de curtosis</u>
GDMT	29,4209	0,129141	0,359057	-0,534395
POBLA1	17,3708	0,700281	1,12234	0,335435
POBLA2	32,0752	0,485186	-0,346775	-1,08879
ESP1	2,23511	0,567937	0,773876	0,571924
ESP2	16,0198	0,693640	1,76245	4,57779
Social1	15,9202	1,18636	1,43602	1,56960
social2	2,01820	1,73789	1,97751	3,27504
Economia1	4,01791	0,188079	0,0918237	-0,0994996
economia2	8,80793	0,217912	1,50558	2,65140
Gasto P.	326,336	0,461607	1,02985	0,296371

Entre los valores de estos estadísticos destaca el comportamiento de la variable <Gasto .P> que ofrece una fuerte dispersión entre los casos estudiados; sin embargo la variable endógena GDMT toma valores en un intervalo relativamente estrecho y con una desviación típica que es solo un poco superior al 10% de su valor medio.

En cuanto a la justificación del tamaño de la muestra, el error muestral que se comete es cero ya que se trabaja con la totalidad de la población (31 territorio con marca territorial son el total de España), teniendo en cuenta que en una población finita la fórmula del tamaño de la muestra es.

$$n = \frac{Z^2 * p * (1 - p) * N}{N * e^2 + Z^2 * p * (1 - p)}$$

Donde

$n =$ tamaño de la muestra/ 31

$N =$ población/ 31

$$p = 0.5$$

e = error de estimación

Z = 1.96, valor de la normal a un nivel de confianza del 95%

Una vez descritas las variables y justificado el tamaño de la muestra, se procede a la estimación y validación del modelo. En la Tabla 13, aparece la salida del paquete econométrico Gretl, con la estimación del modelo que explica los valores de GDMT. El modelo ha resultado válido, como se justifica con el resultado de los tests que se resumen a continuación: 1) La F-Snedecor, con p-value prácticamente de valor cero y, por tanto, con una significación del 1%, y R^2 , con valor del 80%, son medidas representativas de la capacidad global de todas las variables explicativas de la variable endógena; 2) El contraste de White, con p-value superiores al 0.05, muestra la ausencia de heterocedastidad en los modelos y por tanto las perturbaciones aleatorias mantienen la misma dispersión para todas las observaciones; 3) El contraste Reset de Ramsey, con p-value superior al 0.05, indica la especificación correcta del modelo; 4) El contraste de normalidad, con p-value superior al 0.05, confirma que los errores del modelo siguen una distribución normal.

Tabla 13. Estimación del modelo GDMT

MCO, usando las observaciones 1-31 (n = 23)					
Se han quitado las observaciones ausentes o incompletas: 8					
Variable dependiente: l_GDMT					
	Coeficiente	Desv. Típica	Estadístico t	Valor p	
const	4,6546	0,391823	11,8793	<0,00001	***
l_POBLA2	0,0263319	0,0241109	1,0921	0,29095	
l_ESP1	0,024839	0,0323057	0,7689	0,45317	
l_ESP2	0,0635136	0,0284876	2,2295	0,04046	**
l_Social1	0,0649277	0,0149754	4,3356	0,00051	***
l_economia2	0,160672	0,0886612	1,8122	0,08876	*
l_gp	-0,0411615	0,0399755	-1,0297	0,31848	
Media de la vble. dep.	5,442131	D.T. de la vble. dep.		0,123383	
Suma de cuad. residuos	0,069775	D.T. de la regresión		0,066037	
R-cuadrado	0,791663	R-cuadrado corregido		0,713537	
F(6, 16)	10,13310	Valor p (de F)		0,000106	
Log-verosimilitud	34,04110	Criterio de Akaike		-54,08220	
Criterio de Schwarz	-46,13375	Crit. de Hannan-Quinn		-52,08319	

En las tablas siguientes se recogen el resto de salidas que contienen los resultados de los tests de validación del modelo.

Tabla 14. Contraste de heterocedasticidad de White

Contraste de heterocedasticidad de White
MCO, usando las observaciones 1-31 (n = 23)
Se han quitado las observaciones ausentes o incompletas: 8
Variable dependiente: uhat^2

	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	Valor p	
const	-0,0117829	0,324495	-0,03631	0,9717	
l_POBLA2	-0,0242930	0,0169895	-1,430	0,1832	
l_ESP1	-0,0192468	0,00894183	-2,152	0,0568	*
l_ESP2	-0,0404030	0,00928817	-4,350	0,0014	***
l_Social1	0,000194396	0,00303789	0,06399	0,9502	
l_economia2	0,389654	0,147704	2,638	0,0248	**
l_gp	-0,186256	0,0811474	-2,295	0,0446	**
sq_l_POBLA2	0,00339641	0,00235400	1,443	0,1797	
sq_l_ESP1	0,00884335	0,00422439	2,093	0,0628	*
sq_l_ESP2	0,00698135	0,00179874	3,881	0,0031	***
sq_l_Social1	-0,000129526	0,000728314	-0,1778	0,8624	
sq_l_economia	-0,0513376	0,0195364	-2,628	0,0253	**
sq_l_gp	0,0140113	0,00619758	2,261	0,0473	**

R-cuadrado = 0,868890

Estadístico de contraste: $TR^2 = 19,984459$,
con valor p = $P(\text{Chi-cuadrado}(12) > 19,984459) = 0,067381$

Tabla 15.. Contraste Reset de Ramsey

Contraste de especificación RESET (cuadrados y cubos)
Estadístico de contraste: $F = 0,042987$,
con valor p = $P(F(2,14) > 0,0429871) = 0,958$

Contraste de especificación RESET (cubos sólo)
Estadístico de contraste: $F = 0,012044$,
con valor p = $P(F(1,15) > 0,0120442) = 0,914$

Contraste de especificación RESET (cuadrados sólo)
Estadístico de contraste: $F = 0,012545$,
con valor p = $P(F(1,15) > 0,0125447) = 0,912$

Tabla 16. Contraste de Normalidad

Distribución de frecuencias para uhat1, observaciones 1-31
número de cajas = 7, media = 5,02014e-016, desv.típ.=0,0660374

intervalo	punto medio	frecuencia	rel	acum.	
< -0,11025	-0,13572	1	4,35%	4,35%	*
-0,11025 -	-0,059300	0	0,00%	4,35%	
-0,059300 -	-0,0083531	11	47,83%	52,17%	

-0,0083531 -	0,042594	8	34,78%	86,96%	*****
0,042594 -	0,093541	2	8,70%	95,65%	***
0,093541 -	0,14449	0	0,00%	95,65%	
>= 0,14449	0,16996	1	4,35%	100,00%	*

Observaciones ausentes = 8 (25,81%)

Contraste de la hipótesis nula de distribución normal:
Chi-cuadrado(2) = 14,070 con valor p 0,088

Validado el modelo se pasa a analizar la significatividad de los factores de influencia en **GDMT**. El contraste que se ha utilizado es la t-Student y su p-value asociado (Tabla 17)

Tabla 17. Factores que explican el valor de GDMT (p-value t-Student) ^(a)

	β Estimados	
Población	0,0263319 (0,29095)	
Especificidad1	0,024839 (0,45317)	
Especificidad2	0,0635136 (0,04046)	**
Social	0,0649277 (0,00051)	***
Economía	0,160672 (0,08876)	*
Gasto Publico	-0,0411615 (0,31848)	
Constante	4,6546 (<0,00001)	***

*** Parámetros significativos al 5%

** Parámetros significativos al 10%

* Parámetros significativos al 15%

^(a) El valor de las casillas es el p-value asociado a la t-Student.

Los valores de los coeficientes de las variables independientes expresan una relación positiva entre todas ellas y la variable explicada por el modelo. Únicamente la variable utilizada para estimar el grado de protagonismo de la Administración Local presenta una relación de signo contrario entre esta variable y la exógena. De todas las variables incorporadas al modelo la que revela una mayor capacidad explicativa es <**economia2**> que mide el grado de iniciativa empresarial del territorio; en segundo lugar se sitúan <**social1**> y <**ESP2**> que con valores de sus coeficientes prácticamente iguales manifiestan respectivamente la importancia de la capacidad de implicación efectiva en la estrategia (grado de acción colectiva) y la del carácter natural como dimensión preponderante de la diferenciación del territorio. Finalmente, la población que reside en municipales menores <**POBLA2**> y la experiencia adquirida en el territorio con la puesta en valor de diferencias basada en el sector agroalimentario <**ESP1**> completan la interpretación de estos resultados. En términos de la significación individual de cada una de estas variables destaca sobre todas la categoría social, ligada al grado de implicación de los actores del territorio en las actividades incluidas en la acción colectiva.

En base a estos resultados, la ecuación estimada para el modelo es:

$$\widehat{lgDMT}_i = 4,6546 + 0,02633 lX_{Demografía} + 0,0248 lX_{Especificidad1} + 0,0635 lX_{Especificidad2} + 0,0649 lX_{Social} + 0,1606 lX_{Economía} - 0,0411 lX_{G.Público}$$

De esta forma, para predecir el valor que alcanzaría el GDMT de un territorio, una vez conocidos los valores de las variables explicativas, bastaría con obtener el antilogaritmo de $lgDMT_i$:

$$antil_e GDMT_i = e^{lgDMT_i} = GDMT$$

Por último, se finaliza este análisis con la medida de apalancamiento, detectándose que el territorio MCT02 destaca sobre el resto (mejores valores y comportamiento diferente al dominante en la nube) y que, además, arrastra al resto de casos que tienden hacia él. Este último análisis se ha realizado también con el paquete Gretl.

Tabla 18. Medida del Apalancamiento (Leverage)

	residuo <i>u</i>	apalancamiento $0 \leq h \leq 1$	influencia $u \cdot h / (1-h)$	DFFITs
1	0,035734	0,239	0,011226	0,341
2	0,018321	0,610*	0,028701	0,542
3	0,03661	0,189	0,0085363	0,291
4				
5				
6				
7	-0,011301	0,241	-0,0035951	-0,107
8				
9				
10	-0,011793	0,239	-0,0037036	-0,111
11				
12				
13	0,16996	0,296	0,071508	3,002
14	-0,050668	0,212	-0,013649	-0,445
15	0,072284	0,276	0,027578	0,813
16	-0,13572	0,482	-0,12606	-3,802
17	-0,02803	0,294	-0,011673	-0,318
18				
19	0,0049895	0,354	0,0027394	0,067
20	-0,025846	0,150	-0,0045554	-0,174
21	-0,051874	0,556	-0,064848	-1,335
22	0,051828	0,214	0,014093	0,458

23	-0,011648	0,157	-0,0021667	-0,080
24	-0,0085619	0,205	-0,0022068	-0,072
25	0,035426	0,257	0,012243	0,359
26	-0,00044691	0,307	-0,0001982	-0,005
27	-0,041669	0,415	-0,029547	-0,687
28	-0,027349	0,288	-0,011085	-0,305
29	0,0074545	0,235	0,0022901	0,069
30	-0,02416	0,546	-0,029043	-0,582
31	-0,0035399	0,237	-0,001102	-0,033

('*' indica un punto palanca)

Este resultado manifiesta un alto grado de adecuación del modelo con la realidad del proceso de implantación y despliegue de las MCT en España. Efectivamente, el territorio denominado Condado de Jaén (MCT02) fue el pionero en el lanzamiento de esta estrategia en España. Y, además de eso, ha pilotado en buena medida el desarrollo de la estrategia de desarrollo rural basada en diferenciación por calidad territorial, acompañado por un grupo de territorios que son precisamente los que aparecen con grado 3 en la tipología elaborada a partir del cálculo del índice sintético GDMT. De esta forma, dicho territorio ha sido en buena medida impulsor de algunas de las ideas y documentos que se han ido utilizando posteriormente por buena parte del resto de territorios para el desarrollo de sus propias estrategias, lo que coincide con el resultado analítico que establece que el caso 2 se comporta de una manera que destaca sobre el universo estudiado y que el resto de casos convergen hacia él.

VI.4. Respuesta a las preguntas y objetivos de esta investigación

De los resultados presentados en este capítulo se concluye que se ha dado respuesta a las preguntas de investigación que se han formulado en el capítulo de Introducción y que, de igual forma, se han alcanzado los objetivos centrales y complementarios propuestos para esta Tesis. Esto significa, por tanto, que se han confirmado las hipótesis que constituyen el sistema hipotético formulado. Estos argumentos se presentan de forma detallada en el capítulo de Conclusiones.

CHAPTER VII: CONCLUSIONS

This chapter presents conclusions based on results obtained from the objectives and hypotheses of the study, as well as other conclusions and commentary about the ETQM development strategy based on quality distinctions among places or regions. This is an instrument designed to generate and formalize commitments for strengthening rural-urban relationships and sustainable local development.

One conclusion that stands out is the relevance of this Methodology to evaluate TQM and the confirmation that the effort to systematize and develop an assessment protocol linked to the mark contributes to the dynamics of development thanks to the collective action that it elicits. On the other hand the marketing aspects of the TQM have not been nearly as well developed.

Among the factors that best explain the degree of success of these assessments are the positive contribution of the economic, social and environmental dimensions and, in a negative sense, the degree of involvement of the public sector.

En este capítulo se ofrecen las conclusiones extraídas en relación a los Objetivos e Hipótesis de la investigación. Además, se presentan otras conclusiones y comentarios sobre la estrategia MCTE de desarrollo basada en diferenciación por calidad, como instrumento para suscribir y formalizar un contrato que fortalezca las relaciones rural – urbano y el desarrollo sostenible.

Entre las conclusiones obtenidas destaca la pertinencia de la metodología de evaluación de las MCT, y la confirmación de que el esfuerzo de protocolización y sistematización ligado al sello contribuye a fortalecer las dinámicas de desarrollo gracias al fortalecimiento de la acción colectiva provoca. Por el contrario, la dimensión comercial de las MCT se encuentra mucho menos desarrollada.

Entre los factores que mejor explican el grado de éxito de estos sellos destacan en positivo las dimensiones económica, social y ambiental de los territorios, y en sentido negativo el grado de implicación del sector público.

VII. CONCLUSIONES

VII.1. CONCLUSIONES RELATIVAS A LOS OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Los dos Objetivos Centrales de esta Tesis pueden considerarse alcanzados:

- Objetivo Principal: Ha quedado confirmada la Hipótesis principal toda vez que los resultados complementarios del análisis descriptivo inicial y del modelo predictivo multivalente arrojan precisamente este resultado: El grado de Desarrollo de una Marca Territorial está directamente influenciado por la especificidad del territorio (particularmente por su dimensión natural) y por el grado de Acción Colectiva.
- Objetivo Secundario: Se ha logrado este objetivo de igual forma, ya que el modelo predictivo validado identifica estos factores y establece su peso explicativo relativo y el signo de su influencia en el grado de desarrollo de la MCT *local*.

La Hipótesis Principal ha quedado confirmada:

- En coherencia con el cumplimiento del Objetivo Principal, la Hipótesis Principal se considera confirmada.

Los tres Objetivos Intermedios se han alcanzado:

- Objetivo Intermedio 1: La superposición de las tipologías de ámbitos provinciales (caracterización de entorno) y de los territorios en los que actúan los GAL (caracterización interna), elaboradas como paso para alcanzar el objetivo, arrojan resultados de mucho interés para la caracterización pretendida. Este análisis previo se ha completado con añadiendo como capa la localización de los territorios con una MCT.
- Objetivo Intermedio 2: La Metodología de Evaluación de las Marcas de Calidad Territorial, elaborada de forma innovadora y original en el marco de esta investigación, ha permitido calcular el valor de los Índices parciales, agrupados por ejes, que se exponen en la metodología general de la Tesis. Ese resultado ya sería suficiente para conseguir cumplido este Objetivo. Sin embargo, esta metodología ha logrado otros resultados adicionales que resulta pertinente destacar en estas conclusiones: (1) La confirmación de la hipótesis estadística de normalidad de la distribución del índice sintético GDMT, confirma la eficacia de la Metodología de Evaluación y la calidad de los datos

extraídos con ella; (2) El grado de adecuación a la realidad de los factores explicativos de GDMT apoya y refuerza la afirmación anterior; (3) Las opiniones de los informantes cualificados sobre MCT locales, completa la validación de la metodología, y de los modelos explicativos utilizados en el análisis.

- Objetivo Intermedio 3: Este Objetivo se puede considerar cumplido igualmente. La distribución estadística y espacial de los grados (GDMT) alcanzados por las MCT *locales* confirman esta afirmación, que ya se ha mencionado en el punto anterior, y que se ha expuesto con mayor detalle en el capítulo de Resultados.

Las Hipótesis Complementarias han quedado confirmadas:

- Hipótesis Complementaria 1: Los resultados cualitativos y cuantitativos obtenidos apoyan la confirmación de esta Hipótesis. Razones en que se basa esta afirmación: (1) las opiniones de expertos recogidas en las entrevistas a informantes cualificados; (2) el resultado de que las MCT locales y la AMCTE han concentrado el grueso de los presupuestos de la MCT a desarrollar las organizaciones e instituciones que fortalecen el proceso de acción colectiva; (3) el hecho de que los mayores grados de desarrollo de la estrategia MCT se concentran, entre otros factores, en los territorios donde se ha observado un mayor nivel de implicación en la acción colectiva del proyecto.
- Hipótesis Complementaria 2: La especificación del modelo predictivo multivalente y su posterior validación son la base para considerar confirmada esta Hipótesis.

VII.2.CONCLUSIONES RELATIVAS A LAS METODOLOGÍAS DE ESTA INVESTIGACIÓN (“dos metodologías anidadas o una metodología dentro de otra”)

- Metodología general de la investigación: Se puede decir que la metodología de análisis propuesta ha sido pertinente y eficaz en la medida en que ha conducido a la especificación de un modelo predictivo multivalente que ha superado los *tests* de validación correspondientes. Complementariamente, puede decirse que, dado que este resultado es satisfactorio desde el punto de vista econométrico, es igualmente adecuado el protocolo diseñado para la obtención de datos primarios y la colaboración de los actores locales. No obstante lo anterior, la imposibilidad de obtener los datos de

ejecución de los proyectos de desarrollo rural ha hecho imposible la especificación del modelo Logit multinomial previsto, lo que impide completar las conclusiones con la valoración de la validez, en su caso, de dicho modelo.

- Metodología para la Evaluación de las MCT: Esta metodología ha quedado doblemente validada. Desde el punto de vista cualitativo, los expertos y responsables de la gestión de las MCT *locales* han confirmado de manera formal su conformidad con los resultados que vierte la aplicación de la batería de indicadores parciales elaborados. Por otra parte, y desde el punto de vista cuantitativo, la confirmación de que el Grado de Desarrollo de las MCT locales se distribuye como una normal, añade rigor formal a lo anterior. Adicionalmente, la adecuación a la realidad de los resultados que ofrece el modelo predictivo multivalente refuerzan esta afirmación. Consecuentemente, esta metodología se puede decir que ha superado todas las pruebas necesarias de resistencia y consistencia para ser transferida al mundo de los gestores y usuarios de este tipo de marcas.

VII.3. CONCLUSIONES SOBRE LA COLABORACIÓN DE ACTORES Y EL PROCESO DE RECOGIDA Y VALIDACIÓN DE EVIDENCIAS EN TERRENO

- Colaboración con los equipos técnicos de los GAL: Habitualmente ha sido muy ágil, amigable y eficaz. Con carácter casi general, la elaboración de las Memorias Inicial, Final o Complementaria (según los casos) han sufrido retraso debido al desequilibrio entre las tareas que deben realizar estos equipos, para la gestión muy burocratizada de sus programas de desarrollo rural, y el personal disponible para ello. Es de destacar aquí que la mayoría de los técnicos que han intervenido en el proceso de evaluación coinciden en destacar que la MCTE es una buena estrategia de desarrollo, pero que la escasa atención a la dimensión comercial pudiera comprometer su futuro. En buena parte de los casos los técnicos consultados entienden que la MCTE aporta dimensiones de responsabilidad social que influyen de forma decisiva en el desarrollo sostenible de los territorios. Puede considerarse que la gran mayoría de los técnicos conocen razonablemente bien el fundamento y las herramientas de esta estrategia basada en diferenciación.

- Participación de los empresarios: Es muy desigual entre territorios. En el caso de las MCT locales que se han incorporado al proyecto en sus últimas fases se detecta un mayor vigor expresado en un mayor número de empresas implicadas. En los territorios pioneros, salvo alguna excepción, ocurre lo contrario lo que puede interpretarse como una forma de “fatiga” por la energía de despegue necesaria sin unos resultados paralelos en materia de ventas.
- Participación de los Ayuntamientos: Esta es una de las grandes cuentas pendientes del proyecto. Aunque la participación de la Administración Local está prevista como parte esencial de la estrategia, no se han conseguido mas que pequeños resultados. Esta carencia puede interpretarse como una amenaza en términos de estrategia de desarrollo territorial ya que la presión de los empresarios, por una parte, y la reducción de fondos públicos de la UE y el Estado Central, por otra parte, podrían derivar la MCTE a convertirse en una marca con objetivos exclusivamente (o principalmente) comerciales.

VII.4. REFLEXIONES Y COMENTARIOS SOBRE EL PROYECTO MCTE

La estrecha colaboración entre la ETQM y la Universidad de Córdoba ha sido de gran provecho mutuo. Por un parte, el tejido de proyectos de desarrollo rural territorial ha enriquecido sus herramientas de trabajo con el proyecto de investigación de esta Tesis. Por otra parte, la UCO ha tenido una excelente oportunidad para conocer en profundidad las dinámicas rurales de buena parte de España. En consecuencia, surgen interesante oportunidades para profundizar en esta colaboración.

Los actores del proyecto ETQM interpretan sus objetivos de forma no uniforme. Domina el enfoque de considerar este sello como una estrategia de desarrollo rural territorial. Sin embargo, diferentes actores expresan como prioritaria la dimensión comercial. La convergencia de estos enfoques resulta imprescindible para la viabilidad futura de esta estrategia..

Los escasos recursos dedicados a la promoción comercial, han impedido que este sello produzca efectos económicos directos visibles sobre el sector productor. Lamentablemente, la crisis económica de España ha aumentado aún más este efecto. En consecuencia, sería interesante identificar y evaluar los resultados de esta estrategia en un escenario económico más favorable.

Aunque la estrategia TQME parte de un Reglamento General común a todas las MCT, se han observado formas muy diferentes de interpretarlo. Dos ejemplos de estas diferencias son las MCT que concentran su atención en la a la responsabilidad social y los valores intangibles de la especificidad del territorio, frente a otras que promueven las características más tangibles de los productos para mejorar su posicionamiento en el mercado.

La ETQMA ha lanzado hace poco el Club de excelencia MCTE. Se trata de una plataforma de venta on-line de los productos de algunas empresas con el sello de calidad. Esta idea podría desarrollar la dimensión comercial. Sin embargo, aún son pocos los empresarios vinculados a esta iniciativa; y los efectos de la crisis impiden a estas empresas dedicar a la nueva plataforma toda la energía necesaria.

Los resultados de esta investigación permiten afirmar que en algunos casos los GAL pueden ser un actor intermedio eficaz dinámicas de desarrollo rural en condiciones no favorables. Una línea de investigación derivada de esta Tesis sería la identificación los GAL que obtienen éxito en un entorno no favorable, y el análisis de los factores que pueden explicar su capacidad de acción colectiva.

VII. CONCLUSIONS

VII.1. CONCLUSIONS RELATED TO OBJECTIVES AND HYPOTHESES

The two Central Objectives of the research were achieved:

- Main Objective: The principal hypothesis was accepted, based on the initial descriptive analysis and the multivariate predictive model, indicating that the level of development in a territorial unit was directly influenced by the specificity of that place (especially its natural capital) and by its level of collective action.
- Secondary Objective: This objective was also accepted. The validating predictive model identified those factors and established an explicit relative weight and their influence could be noted in the level of development of the local territorial unit.

The Principal Hypothesis was confirmed:

- Consistent with the completion of the Principal Objective, the Principal Hypothesis was accepted.

The three intermediate objectives were achieved:

- Intermediate Objective 1: Overlays of the typologies of provincial fields (characterization of the context) and of the territories (places) where the LAG were implemented was a step in achieving this objective, providing important results as a basis for the characterization. The analysis was by adding as a final layer the territories with their TQM.
- Intermediate Objective 2: The Methodology for Assessing TQM was elaborated in an innovative and original form in the framework of this study, which permitted the calculation of the value of partial index, grouped by axes (dimensions), which was explained in the overall methodology of the study. This result is quite sufficient to achieve this objective. However, this methodology has yielded additional results worth emphasizing in these conclusions: 1) the acceptance of the statistical hypotheses of a normal distribution of the synthetic GDMT index confirms the utility of the Methodology and the quality of the data obtained by using it. 2) The goodness of fit with the explanatory factors of the GDMT supports and reinforces the achievement of the objective. 3) The opinions of the informants who were knowledgeable about the

TQM round out the validation of the methodology and the explanatory models used in the analysis.

- Intermediate Objective 3: This objective can also be considered to have been achieved. The statistical and spatial distribution of the levels (GDMT) reached by TQM confirms this objective, already mentioned in the previous point and put forward in more detail in the Results Chapter.

The Complementary Hypotheses have been supported:

- Complementary Hypothesis 1: The qualitative and quantitative results support this hypothesis, based on 1) the opinion of experts gathered in interviews with qualified informants; 2) the fact that the TQM and the ETQM Association have concentrated the bulk of their TQM budgets in developing organizations and institutions which strengthen the process of collective action; 3) the fact that the highest level of development in the TQM strategy was concentrated, among other factors, in territories where a higher level of commitment to collective action for the project already existed.
- Complementary Hypothesis 2: The specification of the multivariate predictive model and its subsequent validation provide the basis for considering this hypothesis confirmed.

VII.2.CONCLUSIONS RELATED TO THE METHDOLOGIES OF THIS STUDY (“two nested methodologies or one methodology within the other”)

- General methodology of the study: The proposed analytic methodology was relevant and effective in that it led to the specification of a multivariate predictive model that has passed the appropriate tests of validation. Given that this result is econometrically acceptable, the protocol designed to gather primary data and to involve local actors it is equally adequate. However, the impossibility of obtaining data on the execution of rural development projects has made it impossible to specify the anticipated multinomial Logit model, which inhibits the final validation of the conclusions by assigning specific values to of the model.
- Methodology for the Evaluation of TQM: This methodology was doubly validated. From the qualitative standpoint, experts and those responsible for the management of the TQM have formally agreed with

the results from the application and “decanting” of the battery of partially elaborated indicators. On the other hand, from the quantitative standpoint, the confirmation that the Level of Development of the TQM has a normal distribution, adding formal rigor to the qualitative results. Additionally, the correspondence on the ground with the results of the predictive multivariate model reinforces this affirmation. Consequently, this methodology can be said to have satisfied all the proofs of resistance and consistency needed before transferring it to the managers and users of this type of framework.

VII.3. CONCLUSIONS REGARDING COLLABORATION OF LOCAL ACTORS AND THE PROCESS OF GATHERING AND VALIDATING EVIDENCE IN THE FIELD

- Collaboration with the LAG technical teams: These teams were generally agile, friendly and efficient. But often the completion of the Initial, Final or Complementary agreements have been delayed due to the disequilibrium among the tasks that these teams must carry out, because of the very bureaucratic management of their rural development programs, and the number of personnel available to carry out the tasks. It is noteworthy that the majority of the technicians that have been involved in the process of evaluation agree that the ETQM is a good development strategy, but that lack of attention to the commercial dimension could compromise its future use. In a number of cases the technicians consulted understand that the ETQM supports social responsibility which decisively influences the sustainable development of the local territories. The great majority of the technicians had a reasonable understanding of the fundamentals and tools of this strategy based on differentiation.
- Business participation: The participation of business people was very uneven among the territories. En the case of the TQM that had entered the project in its final phases there was more enthusiasm among more participating businesses. In “pioneer” territories, with a few exceptions, the opposite occurred. This could be interpreted as a kind of fatigue due to the energy required to get the project off the ground without a corresponding increase in sales.
- Participation by the local governments: This is one of the major “unpaid accounts” remaining for the project. Even though the participation of the

local governments are seen as an essential part of the strategy, there have been very few results. This lack can be interpreted as a threat in terms of strategies of place-based development due to the pressure of local business people combined with the reduction of public funds from the EU and the Spanish central government. These problems could cause the ETQM to shift to a format in which business growth would be the only (or principal) objective.

VII.3. COMMENTS AND REFLECTIONS ON THE ETQM PROJECT

The close collaboration between the ETQM with the University of Cordoba has been of great mutual benefit. On the one hand, the weaving together of rural territorial development projects has enriched the tools of work through the research from this Thesis. On the other, the University of Cordoba has had a wonderful opportunity to gain a profound understanding of the rural dynamics in a good part of Spain. As a result, interesting opportunities to deepen the collaboration have emerged.

The actors in the ETQM Project did not interpret their objectives uniformly. The dominant focus was to consider this certification as a rural development strategy. Nevertheless, other actors felt that the commercial dimension had the highest priority. The convergence of these foci means that it is difficult to predict the future viability of this strategy.

The few resources dedicated to business promotion prevented this brand from producing directly visible economic effects on the producer sector. Sadly, the economic crisis of Spain has accentuated this effect. It would be interesting to identify and assess the results of this strategy in a more favorable economic context.

Although the ETQM strategy rests upon a General Regulation that is common to all of the TQM, very different approaches have emerged to interpret it. Two examples of these differences are the ETQM that focus their attention on social responsibility and intangible values of the specific place or region, as opposed to those that promote more tangible aspects of their products in order to improve their position in the marketplace.

The ETQM Association has recently launched a Club Excellence. The Club provides a platform for firms' on-line sales of their quality-certified products. This idea could develop the commercial dimension. However, few business people are linked to this initiative and the economic crisis prevented firms from dedicating the necessary energy to make this new platform successful.

The results of this research affirms that in some cases the LAG can be a dynamic, effective intermediary facilitators for rural development under unfavorable conditions. One line of research stemming from this Thesis could be the identification for those GAL which achieve success in an unfavorable context, and the analysis of the factors which may explain their capacity for collective action.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- ABRAMOVAY, R. (2003) *O Futuro das Regiões Rurais*. UFRGS Editora, Porto Alegre. 152 págs.
- ALBURQUERQUE, F. (2004) “Desarrollo Económico Local y Descentralización en América Latina”. *Revista de la CEPAL*, 84, 157-171.
- ALBURQUERQUE, F. (1997) *Desarrollo económico local y distribución del progreso técnico. (Una respuesta a las exigencias del ajuste estructural)*. Cuadernos del ILPES No. 43, CEPAL, Naciones Unidas, Santiago de Chile. 128 págs.
- ALLENBY, G.M. y ROSSI, P.E. (1991) “There is no aggregation bias: why macro logit models work”. *Journal of Business and Economic Statistics*, 9(1), 1-14.
- AMARA, N.; *et al.* (2003) “Milieux Innovateurs: Determinants and Policy Implications”. Ponencia presentada al *DRUID Summer Conference on Creating, Sharing and Transferring Knowledge*. Theme A: Technical Change, Corporate Dynamics and Innovation. Copenague.
- AMCTE (sf) *Reglamento General de la Marca de Calidad Territorial Europea*.
- AMCTE (sf) *Estatutos de la Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea*.
- APRILE, M.C. *et al.* (2012) “Consumers’ valuation of food quality labels: the case of the European geographic indication and organic farming labels”. *International Journal of Consumer Studies*, 36(2), 158-165.
- ARANDA, Y. (2011) *Una aproximación a la comprensión de las territorialidades para la implementación de signos de distinción territorial. La propuesta de una ruta metodológica para avanzar en estudios de caso en Colombia*. Tesis del Máster en Desarrollo Rural Territorial (TFM de Investigación) de la Universidad de Córdoba, España. Defendida el 23 de febrero de 2011.
- ARFINI, F. (2006) “Productos típicos y desarrollo rural: entre calidad y políticas de gobernanza”. *Revista de Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 2010, 13-38.
- AROCENA, J. (1999) “Por una lectura compleja del actor local en los procesos de globalización”. En: J. MARSIGLIA (Coord.) *Desarrollo local en la globalización*. CLAEH. Montevideo.
- ATRIA, R. (2003) “Capital social, conceptos, dimensiones y estrategias para su desarrollo”. En: R. ATRIA *et al.* (Coords.) *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*.

- CEPAL - Michigan State University, 581-590. Santiago de Chile,
- AYDALOT, P. (1986) *Milieux innovateurs en Europe*. GREMI. Paris.
- BANCO MUNDIAL (2002) *Reaching the Rural Poor: Strategy and Business Plan*. World Bank. Washington D.C.
- BANCO MUNDIAL (1977) *Rural Development: From Vision to Action*. World Bank. Washington DC.
- BANCO MUNDIAL (1975) *Rural Development: Sector Policy Paper*. World Bank. Washington DC.
- BARDAJI, I. et al. (2008) "Los Nuevos Espacios Rurales". *Papeles de Economía Española*, 117, 13-29.
- BARHAM, E. (2003) "Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling". *Journal of Rural Studies*, 19(1), 127-138.
- BATALLA, I. (2011) *Las marcas de calidad diferenciada con enfoque territorial como herramienta de desarrollo rural sostenible en el contexto de los sistemas agroalimentarios localizados. Una aplicación al caso de la DOP 'Cereza del Valle del Jerte'*. Tesis del Máster en Desarrollo Rural Territorial (TFM de investigación) de la Universidad de Córdoba, España. Defendida el 28 de Marzo de 2011.
- BECATTINI, G. (1979) "Dal settore industriale al distretto industriale: alcune considerazioni sulla unita di indagine dell'economia industriale". *Rivista di Economia e Politica Industriale*, 1, 7-21.
- BELLETTI, G. et al. (2003) "Possibilities of the new Italian law on agriculture". En: G. VAN HUYLENBROECK y G. DURAND (Eds) *Multifunctional Agriculture. A New Paradigm for European Agriculture and Rural Development*, 143-166. Ashgate.
- BENEDETTO, A. (2006) *Identidad y territorio: aportes para la re-valorización de procesos de diferenciación productiva en áreas de co-existencia geográfica*. Documento electrónico del Proyecto Territorios con identidad cultural de RIMISP. Disponible en: <http://www.rimisp.org/getdoc.php?docid=3762>
- BERDEGUÉ, J. et al. (2008) *Agricultura para el desarrollo: hacia una agenda regional para América Latina*. Serie: Debates y Temas Rurales No. 12. RIMISP. 24 págs. Disponible en: http://www.rimisp.org/FCKeditor/UserFiles/File/documentos/docs/pdf/DTR_No_12_Berdegue_y_otros.pdf

- BOISIER, S. (1997) "El vuelo de una cometa. Una metáfora para una teoría del desarrollo territorial". *Revista de Estudios Regionales*, 48, 41-79.
- BOISIER, S. (1996) "En busca del esquivo desarrollo regional. Entre la caja negra y el proyecto político". *Estudios Sociales*, 87, 123-151.
- BOUCHER, F. (2006) "Agroindustria rural y sistemas agroalimentarios locales. Nuevos enfoques de desarrollo territorial". Ponencia presentada al *III Congreso internacional de la red SIAL alimentación y territorios "ALTER 2006"*, UIA. Baeza.
- BOURDIEU, P. (1997) "La economía de los bienes simbólicos". *Razones prácticas. Sobre la Teoría de la Acción*. Anagrama. Barcelona, 159-198.
- BOURDIEU, P. (2003) *Creencia artística y bienes simbólicos: elementos para una sociología de la cultura*. Aurelia Rivera. Buenos Aires.
- BOWEN, S. y DE MASTER, K. (2011) "New rural livelihoods or museums of production? Quality food initiatives in practice". *Journal of Rural Studies*, 27(1), 73-82.
- BOWEN, S. y ZAPATA, A. (2009) "Geographical indications, *terroir*, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila". *Journal of Rural Studies*, 25, 108-119.
- BRUNORI, G. y ROSSI, A. (2007) "Differentiating countryside: Social representations and governance patterns in rural areas with high social density: The case of Chianti, Itali". *Journal of Rural Studies*, 23, 183-205.
- BUDD, L. y HIRMIS, A. (2004) "A Conceptual Framework for regional Competitiveness", *Regional Studies*, 38(9), 1007-1020.
- CANZANELLI, G. y DICHTER, G. (2001) *Local Economic Development, Human Development, and Decent Work*. Working Papers. OIT. Ginebra.
- CHAVARRÍA, H. et al. (Coords.) (2002) *Competitividad: cadenas agroalimentarias y territorios rurales elementos conceptuales*. IICA. San José, Costa Rica. 380 págs. Disponible en:
<http://www.territorioscentroamericanos.org/experiencias/Documentos%20sobre%20desarrollo%20territorial/Competitividad%20y%20cadenas%20agroalimentarias.pdf>
- CAENTI (2007) *Report about the notion of competitiveness of territory*. Deliverable N° 32. (caENTI – Coordination action of the European Network of Territorial

Intelligence).

- CALDENTEY, P. y GOMEZ, A.C. (1998) "Typical Products, Technical Innovation and Organizational Innovation". En: F. ARFINI y C. MORA (Eds.) *Typical and Traditional Products: Rural Effects and Agro-Industrial Problems*. Università di Parma. Parma, 77-89.
- CALDENTEY, P y G Omez, A.C. (1996) "Productos típicos, territorio y competitividad". *Agricultura y Sociedad*, 80-81, 57-82.
- CALLOIS, J.M. (2006) "Quality labels and rural development: a new economic geography approach". *Cahiers d' conomie et sociologie rurales*, 78, 32-51.
- CARAVACA, I. y GARCÍA, A. (2009) "El debate de los territorios inteligentes". *EURE*, XXXV(105), 23-45.
- CASTILLO, J.S. y GARCIA, M.C. (2011) "Los Distritos Rurales, un nuevo concepto de desarrollo territorial. Modelos Centro-Periferia en Castilla-La Mancha". *Estudios de Economía Aplicada*, 29(1), 165-188.
- CASTILLO, J.S. y GARCÍA, M.C. (2011) "Del Distrito Industrial al Distrito Rural: implicaciones teóricas para el desarrollo territorial". *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 11(2), 7-32.
- CEÑA, F. (2002) "Enfoque sobre desarrollo rural en América Latina y Europa desde mediados del siglo veinte. Desarrollo rural y desarrollo global: enfoques y políticas". Presentado al *Congreso Internacional reformas de la PAC y su influencia en el mundo agrícola europeo*, Córdoba.
- CHAMBERS, R. (1983) *Rural Development: Putting the Last First*. Longman. Londres.
- CLOKE, P. et al. (Eds.) (2006). *Handbook of Rural Studies*, SAGE.
- COASE, R.H. (1960) "The Problem of Social Cost". *Journal of Law and Economics*, 3, 1-44.
- COMISIÓN EUROPEA (2011) *Poverty in rural areas of the EU. EU Agricultural Economic briefs*. No. 1. Mayo. Disponible en:
ec.europa.eu/agriculture/agrista/economic-briefs/01_en.pdf
- COMISIÓN EUROPEA (2010a) *Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Documento COM(2010)2020. Disponible en:
http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/president/news/documents/pdf/20100303_1_es.pdf
- COMISIÓN EUROPEA (2010b) *Quality Package 2010*. Accesible en

http://ec.europa.eu/agriculture/quality/policy/quality-package-2010/index_en.htm

COMISIÓN EUROPEA (2010c) *Invirtiendo en el futuro de Europa. Quinto informe sobre la cohesión económica, social y territorial*. Dirección General de Política Regional. Luxemburgo, Oficina de Publicaciones de las Comunidades Europeas, 286 págs.

COMISIÓN EUROPEA (2008a) *Libro Verde sobre la calidad de los productos agrícolas: normas de comercialización, requisitos de producción y regímenes de calidad*. COM(2008) 641 final. Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (2008b) *Poverty and Social Exclusion in Rural Areas*. Directorate-General for Employment, Social Affairs and Equal Opportunities. Unit E2. Bruselas. Disponible en:
ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=2087&langId=en

COMISIÓN EUROPEA (2002) *Guidelines for the evaluation of LEADER+ programmes*. Documento VI/43503/02-Rev.1. Dirección General de Agricultura. Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (1999) *Spending more wisely: Implementation of the Commission's evaluation policy*. Documento SEC (1999) 69/4. Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (1996) *SEM 2000 Communication on Evaluation, 8 May 1996, Concrete steps towards best practise across the Commission*. Documento SEC 96/659 final. Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (1988) *El Futuro del Mundo Rural*. Comunicación de la Comisión. Documento COM(1988) 501 Final.

CORDERO, P. *et al.* (2003) *Territorios rurales, competitividad y desarrollo*. San José, Costa Rica, Serie Cuadernos Técnicos - IICA, No. 23, 17 págs.

CRUICKSHANK, J. (2009) "A play for rurality – Modernization versus local autonomy". *Journal of Rural Studies*, 25(1), 98-107.

DE JANVRY, A & SADOULET, E. (2004). "Hacia un enfoque territorial del desarrollo rural". Ponencia presentada para el Cuarto Foro Temático Regional de América Latina y el Caribe: Cosechando oportunidades: Desarrollo Rural en el Siglo 21. Banco Mundial. 19 a 21 de Octubre. Costa Rica. Posteriormente publicado como (2007) "Toward a territorial approach to rural development". *Electronic Journal of Agricultural and Development Economics*, 4(1), 66-98.

DILLON, W. y GOLDSTEIN, M. (1984) *Multivariate Análisis*. John Wiley & Sons.

- DAMIANI, O. (2008) *Desarrollo rural desde una perspectiva territorial. Estudio comparativo de casos en Asia y América Latina*. Serie: Debates y Temas Rurales, No. 8, 49 págs. Disponible en:
http://www.rimisp.org/FCKeditor/UserFiles/File/documentos/docs/pdf/DTR_No%208_Damiani.pdf
- DARWENT, D. (1969) "Growth poles and growth centers in regional planning, a review," *Environment and Planning*, 1, 5-32.
- DE MATTOS, C. (1996) *Modelos de crecimiento endógeno y divergencia interregional, ¿nuevos caminos para la gestión regional?*. Documentos, Serie Azul, 11, Instituto de Estudios Urbanos, Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile.
- DURSTON, J. (2003). "Capital social. Parte del problema – Parte de la solución, su papel en la persistencia y en la superación de la pobreza en América Latina y el Caribe". En: R. ATRIA *et al.* (Coords.) *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*. CEPAL - Michigan State University, Santiago de Chile. Capítulo V, 147-202.
- DURSTON, J. (2000) *¿Qué es el capital social comunitario?*. Ed. CEPAL. SERIE Políticas Sociales, 38, 44 págs. Disponible en:
<http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/4885/lcl1400.pdf>
- DURSTON, J. (1999) "Construyendo Capital Social Comunitario". *Revista de la CEPAL*, 69, 103-118. Disponible en:
<http://www.eclac.cl/publicaciones/SecretariaEjecutiva/7/lcg2067/durstonesp.pdf>
- ECHEVERRI, R. et al. (2003) "Competitividad Territorial. Elementos para la Discusión". *Sipnosis*. No. 7. IICA. Disponible en:
<http://www.territorioscentroamericanos.org/experiencias/Documentos%20sobre%20desarrollo%20territorial/Competitividad%20Territorial%20%20Sinopsis.pdf>
- ECHEVERRI, R. y RIBERO, M. (2002) *Nueva Ruralidad. Visión del Territorio en América Latina y Caribe*. IICA. 207 págs.
- ELLIS, F. y BIGGS, S. (2001) "Evolving Themes in Rural Development 1950s-2000s". *Development Policy Review*. 4(4), 437-448.
- ERRAACH, Y. *et al.* (2011) "El consumidor Andaluz y el origen geográfico del aceite de oliva: un estudio de preferencias mediante la aplicación del análisis conjunto". Comunicación presentada al *VIII Congreso de Economía Agraria*. Madrid, 14-15 de septiembre.

- ESCOFIER, B. y PAGES, J. (1992) *Análisis Factoriales Simples y Múltiples*. Universidad del País Vasco. Bilbao.
- ESPARCIA, J. y NOGUERA, J. (1999) "Reflexiones en torno al territorio y al desarrollo rural". En E. RAMOS (Ed.) *El desarrollo rural en la Agenda 2000*, MAPA. Serie Estudios, 142, 9-44.
- ESPEJEL, J. *et al.* (2007) "The role of intrinsic and extrinsic quality attributes on consumer behaviour for traditional food products". *Managing Service Quality*, 17(6), 681-701.
- ESSER, K. *et al.* (1996a) *Systemic Competitiveness New Governance Patterns for Industrial Development*. Ed. Frank Cass. Londres. 172 págs.
- ESSER, K. *et al.* (1996b) "Competitividad sistémica: nuevos desafíos para las empresas y la política". *Revista de la CEPAL*, 59, 39-52.
- EISENHARDT, K. M. (1989) "Agency Theory: An assessment and review". *The Academy Management Review*, 14(1), 57-74.
- FAO (2008) "Promotion of traditional regional agricultural and food products: a further step towards sustainable rural development". 26th FAO Regional Conference for Europe, Innsbruck, Austria, 26-27 de junio de 2008.
- FAO-BID (2007) *Desarrollo Territorial Rural. Análisis de Experiencias en Brasil, Chile y México*. Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe. Santiago, Chile. Disponible en los sitios web de ambas instituciones, FAO: <http://www.rlc.fao.org/es/desarrollo/fao-bid/pdf/desaterrito.pdf>, y BID: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35595305>
- FAO-BID (2006) *Desarrollo Rural con Enfoque Territorial y Regional. Abordaje Metodológico de los estudios de casos*. Documento de Trabajo FAO/BID – DRTR – 001, Versión 1. Disponible en: <http://www.rlc.fao.org/es/desarrollo/fao-bid/des/pdf/metodo.pdf>
- FAO (1974) *Integrated Rural Development*. FAO. Roma.
- FAO (S/F) *Poverty in Europe*.... Disponible en: [http://www.fao.org/docs/eims/upload/263500/Poverty in Europe1.pdf](http://www.fao.org/docs/eims/upload/263500/Poverty%20in%20Europe1.pdf)
- FARRELL, G. y THIRION, S. (2005) "Social capital and rural development: from win-lose to win-win with the LEADER initiative". En: D. SCHMIED (Ed.) *Winning and Losing: The Changing Geography of Europe's Rural Areas*. Ashgate. Aldershot, 281- 317.

- FERES, J. y MANCERO, X. (2001) *El método de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) y sus aplicaciones en América Latina*. Serie Estudios Estadísticos y Prospectivos. CEPAL. Santiago de Chile. No. 07, 56 págs. Disponible en:
<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/6564/lcl1491e.pdf>
- FLORES, M. (2007) “La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible”. *Revista Observatorio de Políticas Públicas, OPERA*, 7, 35-54.
- FONTE, M. (2008) “Knowledge, food and place. A way of producing, a way of knowing”. *Sociologia Ruralis*, 48(3), 200-222.
- FONTE, M. y RANABOLDO, C. (2007) “Desarrollo rural, territorios e identidades culturales, perspectivas desde América Latina y la Unión Europea”. *Revista Observatorio de Políticas Públicas, OPERA*, 7, 9-31.
- FRAYSSIGNES, J. (2011) “Marques territoriales et développement rural: lecture critique pour la construction d’un programme de recherche”. Presentado en el *Colloque International & Interdisciplinaire Labellisation et «mise en marque» des territoires*. Clermont-Ferrand, Francia. 8-10 Noviembre.
- FUJITA, M. et al. (2001) *The Spatial Economy: Cities, regions and international trade*. MIT Press. Cambridge, MA. 367 págs
- GARCÍA, A. Et al. (2009) “Factores clave de la competitividad regional: innovación e intangibles”. *ICE*, 848, 125-140.
- GARÓFOLI G. (Ed.) (1992) *Endogenous Development and Southern Europe*. Avebury Publisher, Aldershot , 256 págs.
- GARRIDO, D. y RAMOS, E. (2013) “Calidad y desarrollo rural: una propuesta metodológica para la evaluación de marcas de calidad territorial”. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 127-157.
- GIARRACA, N. (Ed.) (2005) *¿Una Nueva Ruralidad para América Latina?*. Buenos Aires, CLACSO.
- GÓMEZ, A.C. y CALDENTEY, P. (1999) “Signos distintivos en productos agroalimentarios”. *Distribución y consumo*, 45.
- GREEN, W. (2001) *Análisis Económico*. Prentice Hall.
- HALFACREE, K. (2012) “Heterolocal Identities? Counter-Urbanisation, Second Homes, and Rural Consumption in the Era of Mobilities”. *Population, Space and*

Place, 18, 209-224.

- HALFACREE, K. (2006) "Rural Space: Constructing a Three-fold Architecture". *En: P. CLOKE et al. (Eds.) Handbook of Rural Studies*. SAGE.
- HENCHION, M. y McINTYRE, B. (2000) "Regional imagery and quality products: the Irish experience". *British Food Journal*, 102(8), 630-644.
- HERVIEU, B. (1996): "Agricultura y territorio: nuevas orientaciones para la política agraria". *Revista Española de Economía Agraria*, 176-177, 167- 191.
- HILHORST J.G.M. (1990) *Regional Studies and Rural Development*, Gower Publishing Co., Avebury. 340 págs.
- HILHORST J.G.M. (1996) *Local/Regional Development and Industrialization*. Institute of Social Studies, La Haya.
- HOTELLING, H. (1933) "Analysis of a complex of statistical variables into principal components". *Journal of Educational Psychology*, 24, 417-441. Disponible en: <http://pbil.univ-lyon1.fr/R/pearson1901.pdf>
- HUMPHREY, J. y SCHMITZ, H. (1996) "The Triple C Approach to Local Industrial Policy". *World Development*, 24(12), 1859-1877.
- ILBERY, B. y KNEAFSEY, M. (2000) "Registering regional speciality food and drink products in the United Kingdom: the case of PDOs and PGIs". *Area*, 32(3), 317-325.
- ILBERY, B. y KNEAFSEY, M. (1998) "Promoting Quality Products and Services in the Lagging Rural Regions of the European Union". *European Urban and Regional Studies*, 5(4), 329-341.
- INFANTE, R. y SUNKEL, G. (2004) *Trabajo decente y calidad de vida familiar*. OIT. Santiago de Chile.
- IICA (2000) *El Desarrollo Rural Sostenible en el Marco de una Nueva Lectura de la Ruralidad*. "NUEVA RURALIDAD". IICA. Ciudad de Panamá.
- INGHAM, B. (1993) "The meaning of development: Interactions between "new" and "old" ideas". *World Development*, 21(11), 1803-1821.
- INGLEHART, R. (1998) *Modernización y Postmodernización. El cambio cultural, Económico y Político en 43 sociedades*. Siglo XXI Editores - CIS. Madrid.
- ISARD, W. (1988) *Methods of Interregional and Regional Analysis*. Ashgate, Brookfield. 400 págs.

- ISARD, W. (1960) *Methods of Regional Analysis: An Introduction to Regional Science*. MIT Press, Cambridge, 784 págs.
- JOHNSON, D.E. (2000) *Métodos Multivariados Aplicados al Análisis de Datos*. México, ITP.
- JOSLING, T. (2006) "The war on terroir: Geographical indications as a transatlantic trade conflict". *Journal of Agricultural Economics*, 57(3), 337-363.
- KRUGMAN, P. (1994) "Competitiveness: A Dangerous Obsession". *Foreign Affairs*, 73(2), 28-44.
- KRUGMAN, P. (1991) *Geography and Trade*. Cambridge, The MIT Press. Edición española (1992) *Geografía y comercio*. Barcelona, A. BOSCH (Ed.), Barcelona. 152 págs.
- KAY, C. (2005) "Reflections on Rural Poverty in Latin America". *European Journal of Development Research*, 17(2), 317-346.
- KAY, C. (2004) "Rural livelihoods and Peasant Futures". En: R. GWYNNE y C. KAY (Eds.) *Latin America Transformed: Globalization and Modernity*. Arnold, Londres, 232-250.
- KITSON, M. *et al.* (2007) *The Regional Competitiveness Debate*. The Cambridge-MIT Institute, Boston, Massachusetts.
- LEBART, L. *et al.* (1998) *Statistique Exploratoire Multidimensionnelle*. Dunod, París.
- Ley Española 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural)
- LIVINGSTON, M.L. (1985) "Treating water institutions as endogenous variables: demonstration of a conceptual model". *Journal of the American Water Resources Association*, 21(1), 31-38.
- LLAMBÍ, L. (2009) "La competitividad de los territorios subnacionales: fundamentos teóricos para el crecimiento rural". *Comercio Exterior*, noviembre 2009, 860-872.
- LÓPEZ-UBIRÍA, I. (2011) *Comunidades de práctica y desarrollo rural: el caso de la dehesa*. Tesis del Máster en Desarrollo Rural Territorial (TFM de Investigación) de la Universidad de Córdoba, España. Defendida el 27 de Junio de 2011.
- LORENZINI, E. (2011) "Territory branding as a strategy for rural development: experiences from Italy". 51st *Congress European Regional Science Association*.

- LORENZINI, E. (2010) *Origin labeled products, territorial marks and their contribution to rural development. Evidence form Italy and France*. Working Paper N° 640, noviembre 2010. Societ italiana di economia publica.
- MACÍA, C. *et al.* (2001) “El territorio como mercancía. Fundamentos teóricos y metodológicos del marketing territorial”. *RDE – Revista de Desenvolvimento Economico*, III(5), 68-79.
- MADDALA, G.S. (1996) *Limited-Dependent and Qualitative Variables in Econometrics*. New York, Cambridge University Press.
- MARANGONI, L. (2000) “La metodología de evaluación de las especificidades de LEADER aplicada a los GAL de Emilia-Romagna”. Documentación aportada al *Seminario Mejorar la calidad de las evaluaciones ex-post de LEADER II*, organizado por el Observatorio Europeo LEADER. Bruselas, noviembre.
- MARESCOTTI, A. (2003) “Typical products and rural development: Who benefits from PDO/PGI recognition?”. Presentado al *83rd EAAE Seminar*. Chania, Greece. 4-7 Septiembre.
- MARINA, J.A. (1993) *Teoría de la inteligencia creadora*. Anagrama. Madrid. 392 págs.
- MARSDEN, T. (1998) “New rural territories: Regulating the differentiated rural spaces”. *Journal of Rural Studies*, 14(1), 107-117.
- MARSHALL, A (2011): *Principios de Economía*. Editorial Síntesis. Madrid. 2 volúmenes. Publicado originalmente en 1890.
- MAX NEFF, M. *et al.* (1986) “Desarrollo a escala humana. Una opción para el futuro”. *Development Dialogue*, Número especial, Fundación Dag Hammarskjold, Uppsala - Suecia. Santiago. 94 págs.
- McCLUSKEY, J.J. *et al.* (2009) “Responsible Production Attributes Across Food Products”. *Agricultural and Resource Economics Review*, 38(3), 345-356.
- McCLUSKEY, J.J. y LOUREIRO, M.L. (2003) “Consumer Preferences and Willingness to Pay for Food Labeling: A Discussion of Empirical Studies”. *Journal of Food Distribution Research*, 34(3), 95-102.
- MIDMORE, P. *et al.* (2010) “The Evaluation of Rural Development Policy: Macro and Micro Perspectives”. *EUROCHOICES*, 9(1), 24–29.
- MIDMORE, P. (1998) “Rural policy reform and local development programmes: Appropriate evaluation procedures”. *Journal of Agricultural Economics*, 49, 122-139.

- MILBOURNE, P. (2007) "Re-populating rural studies: Migrations, movements and mobilities". *Journal of Rural Studies*, 23, 381-386.
- HARDIN, G. (1968) "The Tragedy of the Commons". *Science*, 162, 1243-1248.
- MURDOCH, J. (2000) "Networks - a new paradigm of rural development?". *Journal of Rural Studies*, 16(4), 407-419.
- MUTTERBAUG, T. (2005) "Just-in-space: Certified rural products, labor of quality, and regulatory spaces" *Journal of Rural Studies*, 21(4), 389-402.
- MYRDAL, G. (1968) *Teoría Económica y Regiones Subdesarrolladas*. Fondo de Cultura Económica. México D.F., 188 págs.
- NARDONE, G. *et al.* (2010) "Social Capital in the LEADER Initiative: a methodological approach". *Journal of Rural Studies*, 26, 63-72.
- NORTH, D. (1991) "Institutions". *The Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 97-112.
- NORTH, D. (1992) *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press, Cambridge. 3ª ed. 152 págs.
- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (2000) "Mejorar la calidad de las evaluaciones ex-post de LEADER II". Presentado al *Seminario del Observatorio Europeo LEADER*. Bruselas, noviembre.
- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1999a) "Evaluar el Valor Añadido de la Iniciativa LEADER". *Cuadernos de Innovación en el Medio Rural*, 4. Bruselas
- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (1999b) "La competitividad territorial: construir una estrategia de desarrollo territorial con base en la experiencia de LEADER". *Cuadernos de Innovación en el Medio Rural*, 6, Fascículo 1. Bruselas
- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (2000a) "La competitividad social. Construir una estrategia de desarrollo territorial con base a la experiencia LEADER". *Cuadernos de Innovación en el Medio Rural*, 6, Fascículo 2. Bruselas.
- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (2000b) "La competitividad medioambiental. Construir una estrategia de desarrollo territorial con base a la experiencia LEADER". *Cuadernos de Innovación en el Medio Rural*, 6, Fascículo 3. Bruselas.
- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (2000c) "La competitividad económica. Construir una estrategia de desarrollo territorial con base a la experiencia LEADER". *Cuadernos de Innovación en el Medio Rural*, 6, Fascículo 4. Bruselas.

- OBSERVATORIO EUROPEO LEADER (2000d) "La competitividad de los territorios a escala global. Construir una estrategia de desarrollo territorial con base a la experiencia LEADER". *Cuadernos de Innovación en el Medio Rural*, 6, Fascículo 5. Bruselas.
- OLSON, M. (1971) *The logic of collective action. Public goods and the theory of groups*. Department of Economics of Harvard University. Second edition, 199 págs. Edición en castellano (1992) *La lógica de la acción colectiva: bienes públicos y la teoría de grupos*. Limusa, Mexico D.F.
- ORDOÑEZ, M. et al. (2011) "Notoriedad y consumo de la IGP Espárrago de Huétortajar en Andalucía". Comunicación presentada al *VIII Congreso de Economía Agraria*. Madrid, 14-15 de septiembre.
- OSTROM, E. (1994) "Constituting social capital and collective action". *Journal of Theoretical Politics*, 6(4), 527-562.
- OSTROM, E. (1990) *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press. New York. 383 págs. Edición en castellano (2000) *El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva*. UNAM - CRIM – FCE. México D.F., 395 págs.
- PACCIANI, A. et al. (2001) "The role of typical products in fostering rural development and the effects of regulation (EEC) 2081/92". Presentado al *73rd Seminar of the European Association of Agricultural Economists*. Ancona, Italia.
- PAVÓN, P. y GÓMEZ, A.C. (2009) "Pautas de implantación de signos de calidad territorial en Andalucía". En: L. MORENO et al. (Eds.): *Cultura, Inovação e Território. O Agroalimentare o Rural*. Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais (SPER), 75-86.
- PEARSON, K. (1901) "On lines and planes of closest fit to systems of points in space" *Philosophical Magazine*, 2, 559-572.
- PECQUEUR, B. (2004) "Vers une géographie économique et culturelle autour de la notion de territoire". *Revue Géographie Culturelle*, 49, 71-86.
- PECQUEUR, B. (2001) "Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés". *Economic Rurale*, 261, 37-49.
- PÉREZ, E. (2002) "Lo rural y la nueva ruralidad". En: E. PÉREZ y J.M. SUMPSI (Eds.) *Políticas, instrumentos y experiencias de desarrollo rural en América Latina y Europa*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

- PÉREZ, E. (2001) "Hacia una nueva visión de los rural". En: N. GIARRACA (Coord.) *¿Una nueva ruralidad latinoamericana?* CLACSO. Buenos Aires. pp.: 17-29.
- PÉREZ, F. *et al.* (2008) Estimación del Capital Social de España. BBVA-UV-IVEI, 74 págs.
- PINHEIRO, R. (2011) *Los cambios de los derechos de propiedad en los procesos de desarrollo rural territorial: los acuerdos "babasú" en las áreas forestales de Maranhão, Brasil*. Tesis del Máster en Desarrollo Rural Territorial (TFM de Investigación) de la Universidad de Córdoba, España. Defendida el 7 de Marzo de 2011.
- PORTER, M. (1980) *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press. New York.
- PUTNAM, R. (1993) *Making democracy work*. Princeton University Press. New Jersey. 258 págs.
- QUAN, J. *et al.* (2006) *Rural development from a territorial perspective: lessons and potential in sub-Saharan Africa*. RIMISP. MPRA Paper. No. 25974, 45 págs. Disponible en: http://mpra.ub.uni-muenchen.de/25974/1/MPRA_paper_25974.pdf
- RAFFESTIN, C. (1993) *Por uma geografia do poder*. Ática, São Paulo. 269 págs.
- RAMOS, E. y GALLARDO, R. (2009) El futuro de la PAC tras 2013: la reforma de la política de desarrollo rural. Comisión de Agricultura y Desarrollo Rural COMAGRI. Parlamento Europeo. Bruselas. Noviembre. Documento IP/B/AGRI/IC/2009_60; PE 431.574. 40 págs.
- RAMOS, E. (Coord.) (2008) *La marca de calidad territorial: de la reflexión inicial a la implementación de la red calidad rural*. ASODECO Calidad Rural. 134 págs.
- RAMOS, E. y DELGADO, M. (2002) "Nuevas formas de institucionalidad y su influencia en el desarrollo de las áreas rurales europeas". *ICE, Monográfico Globalización y Mundo Rural*, 803, 91-104.
- RAMOS, E. y ROMERO, J.J. (1995): "Para una concepción sistémica del desarrollo rural". En: E. RAMOS y J. CRUZ (Coords.) *Hacia un nuevo sistema rural*. Serie Estudios. Ministerio de Agricultura. Madrid. pp.: 49 – 89
- RAY, C. (2000a) "The EU LEADER Programme: Rural Development Laboratory". *Sociologia Ruralis*, 40(2), 163-171.
- RAY, C. (2000b) "Endogenous socio-economic development in the European Union -

- issues of evaluation". *Journal of Rural Studies*, 16, 447-458.
- RAY, C. (1998) "Culture, intellectual property and territorial rural development". *Sociologia Ruralis*, 38(1), 3-20.
- REGLAMENTO (UE) N° 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo de 21 de noviembre de 2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.
- RENARD, M.C. (1999) "The Interstices of Globalization: The Example of Fair Coffee". *Sociologia Ruralis*, 39(4), 484-500.
- RENAULT, A. (2010) *Guía para la formulación y gestión de planes de desarrollo rural sostenible*. IICA. Asunción. 87 págs. Disponible en: http://www.iica.org.py/documentos/AA_Guia_Planes_DRS.pdf
- RENTING, H. *et al.* (2008) "Multifunctionality of agricultural activities, changing rural identities and new territorial linkages". *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 7, 361-385.
- RESANO, H. *et al.* (2012) "Consumers' response to the EU Quality policy allowing for heterogeneous preferences". *Food Policy*, 37(4), 355-365.
- RODRÍGUEZ, G. (2008) "La multifuncionalidad: aplicación del concepto a los sistemas agroalimentarios localizados de países en desarrollo". Comunicación presentada al *IV Congreso Internacional de la Red SIAL*. 27 al 31 Octubre. Mar del Plata. Disponible en: <http://infoagro.net/shared/docs/a5/06%20La%20multifuncionalidad,%20aplicaci%20del%20concepto%20a%20los%20SIAL.pdf>
- ROMO, D. y MUSIK (2005) "Sobre el concepto de competitividad". *Comercio Exterior*, 55(3), 200-2014.
- ROSTOW, W.W. (1961) *Las etapas del desarrollo económico. Un manifiesto no comunista*. Fondo de Cultura Económica. México D.F., 199 págs.
- ROYUELA, V. *et al.* (2003) "Is the influence of quality of life on urban growth non-stationary in space? A case study of Barcelona". Ponencia presentada en el *Taller sobre El Futuro de la Política Regional Europea*. Dublín, septiembre 2003.
- RUTTAN, V. (1975) "Integrated Rural Development Programs: A Skeptical Perspective". *International Development Review*, XVII(4), 1-16.
- RUTTAN, V. (1984) "Integrated Rural Development Programmes: A Historical

- Perspective". *World Development*, 12(4), 393-401.
- SÁNCHEZ, J.E. (1991) *Espacio, economía y sociedad*. Siglo XXI. Barcelona. 229 págs. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/texap-6.pdf>
- SANZ, J. (2010) "Territorial externalities in local agro-food system of typical food products". ISDA 2010 – *Innovation and Sustainable Development in Agriculture and Food*, Montpellier, Junio 28-30.
- SANZ, J. y MACÍAS, A. (2005) "Quality certification, institutions and innovation in local agro-food systems: Protected designation of origin of olive oil in Spain". *Journal of Rural Studies*, 21, 475-486.
- SARACENO, E. (2000) "La experiencia europea de desarrollo rural y su utilidad para el contexto latinoamericano". Documento presentado en el *Taller sobre experiencias, políticas e instrumentos de desarrollo rural en los países latinos de Europa y América: un enfoque comparativo*, MAPYA. San Fernando de Henares, Madrid, España.
- SARACENO, E. (1994) "Recent Trends in Rural Development and their Conceptualization". *Journal of Rural Studies*, 10(4), 321-330.
- SCHARP, J. *et al.* (2002) "Entrepreneurial Social Infraestructurae and Locally Initiated Economic". Development in the Non metropolitan United States (<http://poverty.worldbank.org/library/view/7531>)
- SCHEJTMAN, A. y BERDEGUÉ, J. (2003) "*Desarrollo Territorial Rural*". En: R. ECHEVERRIA *Desarrollo Territorial Rural*. BID. Washington DC., 9-63. Posteriormente se ha publicado (2004) en RIMISP, Serie: Temas y Debates No. 01.
- SCHNEIDER, S. y PEYRÉ (2006) "Territorio y enfoque territorial: de las referencias cognitivas a los aportes aplicados al análisis de los procesos sociales rurales". En: M. MANZANAL *et al.* (Orgs.) *Desarrollo rural. Organizaciones, Instituciones y Territorio*. Ed. Ciccus, Buenos Aires, 71-102. Disponible en: <http://www6.ufrgs.br/pgdr/arquivos/462.pdf>
- SEGRELLES, J.A. (2000) "Desarrollo rural y agricultura: ¿Incompatibilidad o complementariedad?", *Agroalimentaria*, 11, 85-95.
- SEN, A. (1999) *Development as Freedom*. Oxford University Press. Oxford. 366 págs.
- SEN, A. (1981) *Poverty and Famines: An Essay on Entitlements and Deprivation*. Ed. Clarendon Press. Oxford. 257 págs.

- SEPÚLVEDA, S. (2008a) *BIOGRAMA 2008: Metodología para estimar el nivel de desarrollo sostenible de territorios*. IICA, San José, Costa Rica. 119 págs. La primera versión (1998.) se editó con el título Metodología para estimar el nivel de desarrollo sostenible en espacios territoriales en Disponible en:
<http://www.iica.int/Esp/Programas/Territorios/Publicaciones%20Desarrollo%20Rural/BIOGRAMA%202008.pdf>
- SEPÚLVEDA, S. (2008b) *Gestión de Territorios Rurales: Métodos para su planificación*. IICA, San José, Costa Rica. 392 págs. Disponible en:
<http://www.territorioscentroamericanos.org/experiencias/Documents/Planificaci%20n%20y%20Gesti%20n%20de%20Territorios.pdf>
- SEPÚLVEDA, S. et al. (2003) *El Enfoque Territorial del Desarrollo Rural*. IICA. San José de Costa Rica, 139 págs. Disponible en:
<http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/DesRural/Publicaciones%20Desarrollo%20Rural/ENFOQUE%20TERRITORIAL%20DRS.pdf>
- SFORZI, F. (2008) “Unas realidades ignoradas: de Marshall a Becattini”. *Mediterráneo Económico*, 13, 43-54.
- SIERRA, R. (2008) *Técnicas de Investigación Social. Teoría y ejercicios*. Thomson, Madrid.
- SOTO, D. (2006) “La identidad cultural y el desarrollo territorial rural, una aproximación desde Colombia”. RIMISP. Disponible en:
<http://www.rimisp.cl/getdoc.php?docid=3744>
- SOTTE, F. (2003) *An Evolutionary Approach to Rural Development. Some Lessons for the Policymaker*. Introductory speech to the Conference of the Slovenian Associations of Agricultural Economist Ljubjana, 14th April 2003. Associazione Alessandro Bartola. No. 6/03. Disponible en:
http://www.groupedebruges.eu/pdf/An_evolutionary_approach_to_rural_development.pdf
- SYLVANDER, B. (1995) “Conventions de qualité, marchés et institutions: le cas des produits de qualité spécifique”. En F. NICOLAS y E. VALCESCHINI (Eds.) *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*, INRA - Economica.
- TEUBAL, M. (2001) “Globalización y nueva ruralidad en América Latina”. En: N. GIARRACA. (Coord.) *¿Una nueva ruralidad latinoamericana?* CLACSO. Buenos Aires, 45-65.
- TREGGAR, A. et al. (2007) “Regional foods and rural development: The role of product

- qualification". *Journal of Rural Studies*, 23(1), 12-22.
- THIRION, S. (2000) "El método SAP en Portugal (Sistematización de la Auto-evaluación Participativa)". Presentado al *Seminario Mejorar la calidad de las evaluaciones ex-post de LEADER II*, organizado por el Observatorio Europeo LEADER. Bruselas, noviembre.
- TRIBUNAL DE CUENTAS EUROPEO (2011) *Do the Design and Management of the Geographical Indication Scheme allow it to be effective?*. Special Issue nº 11. Bruselas.
- TRUCKER, I. (2002) *Fundamentos de Economía*. 3ª. Edición. Editorial Thomson Internacional. México D.F. 550 págs.
- ULLOA, R.R. y GIL, J.M. (2008) "Valor de mercado y disposición a pagar por la marca 'Ternasco de Aragón'". *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 219, 39-70.
- VAN DER PLOEG, J.D. (1992) "The reconstitution of locality: technology and labour in modern agriculture". En: T. MARSDEN *et al.* (Eds), *Labour and locality: uneven development and the rural labour process*. David Fulton, Londres. 183 págs.
- VAN DER PLOEG, J.D. (1990) *Labour, markets and agricultural production*. Westview Press, San Francisco y Oxford.
- VANDECANDELARE, E. *et al.* (2010) *Linking people, places and products*. Rome, FAO - SINERGI.
- VAN DER KOP, P. *et al.* (2006) "Origin-Based Products: Lessons for pro-poor market development", *Bulletin*, 372, 1-96.
- VAN ITTERSUM, K. *et al.* (2007) "Consumers' Appreciation of Regional Certification Labels: A Pan-European Study". *Journal of Agricultural Economics*, 58(1), 1-23.
- VÁZQUEZ-BARQUERO, A. (1995) "Desarrollo Económico: flexibilidad en la acumulación y regulación del capital". En A. VÁZQUEZ-BARQUERO y G.GARÓFOLI (Eds.). *Desarrollo económico local en Europa*. Colegio de Economistas de Madrid, Madrid.
- VERMEULEN, H. y BIENABE, E. (2007) "What about the food 'quality turn' in South Africa? Focus on the organic movement development". *105th Seminario de la EAAE International Marketing and International Trade of Quality Food Products*, Bolonia, Italia, 8-10 Marzo.
- VILLAFUERTE, A. *et al.* (2012) "El concepto de Valor de Marca aplicado a los signos

de calidad con indicación geográfica". *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 232(2), 131-164.

ANEXOS

ANEXOS

1. PROYECTO MCTE

ANEXO 1.1. *Reglamento General de la MCTE*

ANEXO 1.2. *Listado de Marcas de Calidad Territorial del Proyecto MCTE*

ANEXO 1.3. *Niveles de Actuación del Proyecto MCTE*

2. METODOLOGÍA

ANEXO 2.1. *Listado de Indicadores de la Metodología Evaluación MCTE*

ANEXO 2.2. *Metodología de Evaluación para la Acreditación MCTE*

ANEXO 2.3. *Herramientas de aplicación de la Metodología de Evaluación MCTE*

ANEXO 2.4. *Guión-Codificación de entrevistas a informantes cualificados*

ANEXO 2.5. *Listado de variables utilizadas para la Tipología de Provincias*

ANEXO 2.6. *Listado de variables utilizadas para la Tipología de GAL*

ANEXO 2.7. *Matriz [X] de características MCT*

3. RESULTADOS

ANEXO 3.1. *Salida Estadística del Análisis Descriptivo*

ANEXO 3.3. *Listado de Grupos de Acción Local (GAL)*



LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL EUROPEA

Reglamento General

Preámbulo:

Vista la propuesta de “Marco de un Reglamento Europeo de la Calidad Territorial” resultante del trabajo en cooperación transnacional llevada a cabo por los Grupos de Acción Local El Condado de Jaén (España), País Cártaro (Francia) y Valle Umbra (Italia) en el marco de la Iniciativa Comunitaria Leader II, que recogía los valores fundamentales del concepto de calidad territorial, los criterios de aplicación mínimos de los principios que están inscritos en ella y dibujaba las modalidades de atribución y control de una posible marca oficial europea de “calidad territorial”;

Vistas las cartas generales y cartas específicas de los GAL antes citados, así como de los GAL españoles que en el marco de la Iniciativa Comunitaria Leader + vienen trabajando en la implantación de una marca de calidad territorial en sus ámbitos geográficos, como son los GAL La Garrotxa (Girona), Poniente Granadino (Granada), Vales do Ulla e Umia (Pontevedra), Talavera, Sierra de San Vicente y La Jara (Toledo), Valle del Ese-Entrecabos (Asturias), Serranía del Turia (Valencia), Las Merindades (Burgos), Don Quijote (Toledo) y Dulcinea (Toledo);

Considerando que existe una demanda de implantación de la calidad territorial en nuevos GAL europeos que han suscrito el proyecto de cooperación transnacional “Marca de Calidad Territorial Europea” como son Tradizione delle Terre Occitane (Piamonte), Halkidiki (Macedonia Central), Thessaloniki (Macedonia Central), Pella (Macedonia Central), Kilkis (Macedonia Central), Lemnos (Egeo Norte) y Asociación POEDA (León);

Considerando que existe interés de otros territorios rurales de implantar esta modalidad de proceso de desarrollo, y por tanto, con su posible incorporación a esta cooperación en el próximo marco comunitario (2007-2013).

Considerando que los territorios rurales se enfrentan a una nueva situación de disminución paulatina de protección y ayuda de los Estados y de la unión Europea, al mismo tiempo que a la globalización de los mercados, que supone apertura, espacios abiertos y competitivos;

Considerando la fragilidad de los territorios rurales para dar respuesta a esta nueva situación, han buscado individualmente ir al mercado con una operación

colectiva que agrupa al territorio entero con un proyecto de calidad global, un territorio que se proyecta al mercado con identidad diferenciada y que trabaja para conseguir calidad territorial, entendiendo por tal una calidad en los productos y servicios, una calidad en su proceso de producción (producción con respeto social, cultural y medioambiental), con empresas y entidades comprometidas con el territorio, con participación de la población en el proceso de desarrollo e integración de todos los colectivos. Cada territorio con un proyecto de calidad territorial ha debido ser identificado con una imagen, que es su marca de calidad territorial;

Considerando que dichas marcas no son sólo instrumentos comerciales, sino que lleva a los agentes económicos a reflexionar sobre la autenticidad, el desarrollo equilibrado del territorio y el proceso de calidad;

Considerando además que todas las marcas de calidad territoriales se apoyan en la valorización de los recursos patrimoniales y naturales como palanca de desarrollo y como signo de identidad diferenciada (el catarismo en el Departamento de l'Aude, tradición cultural en Umbría, parque natural volcánico en La Garrotxa, el agua de Ulla e Umia, los vaqueiros del Valle del Ese-Entrecabos, la historia nobiliaria del Condado de Jaén, la última frontera de Al-Andalus de Poniente Granadino, el río de la Serranía del Turia, las antiguas merindades de Burgos, la tierra de Talavera, la de Don Quijote y Dulcinea en la Mancha, pobladores en Tierras de Ocaña, la patria de Alejandro Magno en Pella, y de Aristoteles en Halkidiki, el gusto por la vida en los pueblos de Thessaloniki, Kilkis: tierra de excelencias y Lemnos: la isla de Efesto, ...);

Considerando que cada marca ha venido estableciendo sus pliegos de condiciones que garanticen la calidad y autenticidad así como el respeto del territorio, y que para ello ha movilizado a los responsables públicos del territorio así como a un importante número de empresarios y empresarias, favoreciendo lazos solidarios dentro de los sectores y entre los territorios, encontrando sinergias y posibilitando la puesta en marcha de operaciones colectivas para la promoción conjunta;

Considerando que para garantizar el éxito de las marcas y su sustentabilidad hace falta una masa crítica imprescindible que no siempre una marca territorial aislada puede alcanzar, por ello los territorios con marcas ya establecidas dentro del proceso de calidad territorial se quieren aliar compartiendo una marca adicional común que les dote de la razonable masa crítica, y por tanto con capacidad para tener éxito en los mercados y facilitar al consumidor su identificación.

La creación de la marca común adicional y su logotipo fue adoptada en Madrid, en mayo de 2005, por los GAL españoles, italianos y griegos;

Considerando que su uso correcto necesita de una regulación, no sólo por aquellos que están participando en su inicial construcción, sino también para aquellos territorios que desean unirse a este proceso de calidad territorial y quieran hacer uso de esta distinción común adicional;

Los Grupos de Acción Local *FUNDACIÓ GARROTXA LIDER, ASOCIACION PARA EL DESARROLLO RURAL DE LA COMARCA DEL CONDADO, ASOCIACION PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PONIENTE GRANADINO, CENTRO DE DESARROLLO RURAL VALLE DEL ESENTRE CABOS, ASOCIACIÓN PARA O DESENVOLVEMENTO RURAL DOS VALES DO ULLA E UMIA, CENTRO DE DESARROLLO RURAL MERINDADES, ASOCIACION PARA EL DESARROLLO DE LA COMARCA DE TALAVERA, SIERRA DE SAN VICENTE Y LA JARA – IPETA, ASOCIACION COMARCAL DON QUIJOTE DE LA MANCHA, ASOCIACION GRUPO DE ACCION LOCAL DULCINEA, ASOCIACION LIDER SERRANIA DEL TURIA-VALENCIA, ASOCIACION POEDA, VALLE UMBRA E SIBILLINI, TRADIZIONE DELLE TERRE OCCITANE, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF HALKIDIKI SA, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF THESSALONIKI SA, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF PELLA SA, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF KILKIS, DEVELOPMENT ASSOCIATION OF LEMNOS SA, PAYS CATHARE (ASSOCIATION AUDOISE DE DEVELOPPEMENT LOCAL)*

reunidos en Edessa (Grecia), el día 26 de enero de 2007.

HAN ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Artículo 1.-

La Marca de Calidad Territorial Europea podrá aplicarse a las Marcas Territoriales como una marca añadida, siempre y cuando éstas cumplan las siguientes condiciones:

- Sean marcas que afecten a territorios naturales, administrativos o con identidad histórica, con una dimensión superior a una localidad e inferior a una región administrativa (NUTS II), con predominio rural.
- Los territorios portadores de dichas marcas deben estar inmersos en un proceso de desarrollo vinculado a la calidad territorial, entendiéndose que ésta está fundamentada en dos grandes valores:
 - **La calidad territorial:** Se trata de una calidad que va más allá de la calidad reglamentada y de las denominaciones de origen y que afecta también a la “territorialidad”, ya que se trata de una nueva forma de comportamiento solidario que privilegia la calidad de los lazos entre los hombres, los territorios, los productos, los servicios (ya sean agrícolas, artesanales, turísticos o patrimoniales), los productores y los consumidores.
 - **El desarrollo sostenible:** un desarrollo que implica una pluralidad de aspectos indisociables (económicos, sociales y culturales), que tiene en cuenta conjuntamente lo cuantitativo y lo cualitativo. Se trata de un desarrollo con dimensión humana, respetuoso con los recursos culturales, entendido para el territorio como un equilibrio dinámico, sostenible entre el medioambiente y las actividades humanas, armonioso y favorable para la salud de las personas.

A todos los niveles de organización del territorio es fundamental la participación solidaria de los cargos públicos, los agentes económicos, sociales y de sus asociaciones, en un proyecto colectivo y coherente.

Artículo 2.-

El proceso de calidad territorial es identificado a través de **ocho grandes principios**, que se declinan a su vez en criterios de aplicación.

I. Permitir la participación del conjunto de los actores en cada nivel de organización y de gestión, y garantizar la transparencia de las acciones a partir del compromiso voluntario y formal de los socios.

- Participación del conjunto de los actores en el proceso de desarrollo:
 - La **participación del conjunto de los actores** debe inspirar las diferentes formas de ejecución del proceso de desarrollo de cada territorio que comprende varias etapas :
Realización de un diagnóstico del territorio
Apropiación de los elementos del diagnóstico por el conjunto de los actores
Construcción del proyecto de desarrollo
Elaboración de un dispositivo compartido de seguimiento-evaluación.
Para ello el territorio privilegiará el recurso de las herramientas de sensibilización, formación y acompañamiento.
 - **En el proceso de calidad territorial**, cada empresario, cada actor y cada estructura es invitada a comprometerse de manera formal con el proceso de desarrollo local y a entrar en una red colectiva con nuevas lógicas de actuación.

- Existencia de una estructura organizativa de los actores del territorio:
 - La **organización** portadora del proyecto de desarrollo posee una **composición equilibrada entre el sector público y el privado** y los grupos de trabajo sectoriales y colectivos.
Por el sector privado estarán especialmente representados:
Las organizaciones empresariales, las organizaciones o asociaciones del área del consumo, sociales, solidarias, del patrimonio, culturales, medioambientales, de la salud y de la calidad de vida, etc....
 - **El compromiso de los actores** con la estructura es el objeto de acuerdos formales (convenios, contratos, etc....).

- Transparencia de la gestión del proceso de calidad territorial:
 - En cada territorio, el proceso de calidad territorial es dirigido por una instancia política y una técnica, estando bien precisadas las funciones y formas de articulación entre ambas.

II. Garantizar la igualdad del acceso de todas las personas al desarrollo en sus dimensiones culturales, sociales y económicas, particularmente los grupos sociales desfavorecidos (en particular, jóvenes y mujeres).

Una consideración especial a los **públicos en dificultad y de nuevas solidaridades** desde la fase de diagnóstico del territorio y a lo largo del proceso de calidad territorial en aras de la **igualdad de acceso al desarrollo**. Esto se traduce sobre todo por:

- Acciones específicas en el territorio a favor de los públicos desfavorecidos (formación de actores y socios, acompañamiento de empresarios en dificultad, etc....);
- Acciones de educación popular, ciudadana, de promoción social;
- Una representación de asociaciones sociales en diferentes instancias y una formalización de sus relaciones con las instancias económicas y políticas ;
- La consideración de los aspectos sociales en los reglamentos de productos y servicios;
- ...

III. Favorecer las sinergias entre las diferentes organizaciones socioprofesionales para una mejor valorización de los productos, servicios y del patrimonio de los territorios.

La obligación de cooperación intersectorial y en red es formalizada en los diferentes documentos establecidos en el proceso de la calidad territorial y en los compromisos de los actores.

Para crear sinergias entre los diferentes actores, cada territorio pone en marcha o crea las condiciones de realización de acciones de cooperación, fundamentalmente :

- Encuentros entre los diferentes socios en unas instancias de concertación ;
- Trabajo en común de técnicos de diferentes estructuras ;
- Trabajo en red de diferentes sectores ;
- Formación de técnicos y empresarios comunes a varios sectores de actividad ;
- Acciones de promoción y comercialización comunes a diferentes sectores;
- ...

IV. Crear solidaridades entre los diferentes actores, y fundamentalmente entre los productores de uno o varios sectores, entre los productores y los consumidores en cada territorio y entre los territorios.

Las acciones en ejecución deben contribuir :

- Al desarrollo recíproco y solidario de todos los grupos sociales que constituyen el territorio ;
- A la organización de redes solidarias empresariales ;
- A la aproximación de productores y consumidores.

Esto se traduce por :

- Proyectos concretos entre varios territorios ;
- Acciones de comunicación e intercambio entre los productores y consumidores ;
- La creación de asociaciones empresariales, nuevos sistemas de acción colectiva entre los productores y los consumidores (circuito corto, etc...);

V. Favorecer la emergencia y sostenibilidad del proceso de calidad transversal para el conjunto de los productos y servicios de cada uno de los territorios.

La transversalidad del proceso es inherente al proceso de desarrollo local. Se apoya en las interacciones entre los diferentes sectores del territorio en un objetivo de complementariedad económica, pero también de coherencia y equilibrio del territorio en términos económico, social, cultural y medioambiental.

Cada territorio pone en marcha :

- acciones que movilizan el conjunto de los actores para poner en evidencia el **valor añadido creado por el proceso transversal** (ferias, manifestaciones diversas, etc...);
- grupos de trabajo transversales para definir los objetivos a alcanzar en materia de calidad de vida (medioambiente, transporte, energía, salud, acceso a la cultura, etc...);
- formaciones trans-disciplinares de técnicos y empresarios ;
- ...

VI. Garantizar la autenticidad de los savoir-faire y las tradiciones. Construir una identidad fundada sobre valores comunes y compartidos por los actores del territorio y comprometer en sus dimensiones multicultural y europea los intercambios entre las personas. Valorizar el papel de las asociaciones sin ánimo de lucro.

Los territorios identifican y valorizan **las tradiciones y los « savoir-faire »**, como valor inmaterial, como recurso para el desarrollo local y como fuente de innovación.

Las asociaciones culturales están asociadas al proceso de desarrollo local y de calidad territorial para evitar que la identidad territorial no sea más que un fin comercial.

Se concreta así la apertura multicultural buscada.

Esto se traduce por :

- el acompañamiento de empresarios para compartir valores comunes, construir y transmitir una imagen común a través de sus acciones en partenariat con las asociaciones, los habitantes y los consumidores ;
- la descripción de elementos de autenticidad e identidad en los reglamentos de producciones y servicios ;

- la organización de intercambios entre territorios a escala europea ;
- ...

VII. Responder a las nuevas demandas de los consumidores y usuarios, a partir de esta identidad colectiva, traducida en una imagen llevada por el territorio.

Cada territorio se compromete a buscar el **equilibrio** entre las opciones de **producción** y las opciones de **consumo** y la coherencia entre la imagen del territorio y las nuevas demandas de orden ético de los consumidores.

Esto se traduce en unas acciones que permitan :

- cultivar y valorizar las diferencias, favoreciendo los intercambios entre la ciudad y el medio rural ;
- promover la agricultura biológica e integrada así como el turismo sostenible, investigar y desarrollar nuevos métodos de producción y de acondicionamiento, crear nuevos servicios, empleos, actividades ;
- experimentar nuevas formas de trabajo y organización social y solidaria, de poner en marcha nuevos circuitos de venta, nuevos soportes de promoción y venta fundamentalmente gracias a los nuevos medios de comunicación ;
- ...

VIII. Garantizar que las empresas y entidades que porten la marca sean socialmente responsables y que sus productos o servicios tienen más allá de los mínimos exigidos por la legislación de aplicación.

Cada territorio establecerá mediante cartas específicas los parámetros de calidad que garanticen que las empresas son económicamente viables, medioambientalmente respetuosas y socialmente comprometidas. Para la **calidad económica** habrá de tenerse en cuenta la importancia de una buena gestión empresarial, el uso de recursos locales, un marketing responsable, la innovación y la tradición, así como la implicación en el desarrollo local de la actividad, entre otros aspectos.

Para la **calidad ambiental** habrá de tenerse en cuenta el ahorro del agua, energía y materias primas, la gestión adecuada de los residuos, la no contaminación, la compra responsable y la integración en el entorno, entre otros aspectos.

Para la **calidad social**, se tendrá en cuenta la igualdad de oportunidades dentro de la empresa, la intercooperación, la participación de los trabajadores, la formación y la competencia leal, entre otros aspectos.

Además dichas cartas específicas establecerán los criterios mínimos que deben cumplir sus productos o servicios para considerarlos de calidad teniendo en cuenta la tradición, la innovación y las demandas actuales de los consumidores.

Artículo 3.-

Cada Marca Territorial deberá disponer de un Órgano de Gestión y Control propio de la Marca, con un reglamento de funcionamiento, que sea el responsable de otorgar o retirar a una empresa o entidad el uso de la Marca de acuerdo con sus cartas generales y cartas específicas establecidas para la misma, en función de su cultura, su historia y su organización.

Artículo 4.-

Cada Marca Territorial deberá disponer de una carta gráfica que establezca la convivencia de la Marca de Calidad Territorial Europea, la Marca de Calidad del territorio y la de la entidad o empresa, a partir de la carta gráfica de la Marca de Calidad Territorial Europea.

Artículo 5.-


















Un Comité de atribución y control concederá la marca de calidad territorial europea que viene a complementar la marca territorial de reconocimiento. Se desarrollará un reglamento de este órgano que regule sus funciones, composición, funcionamiento y mecanismos de evaluación y concesión de uso de la marca.

ANEXO 1.2. Listado de Marcas de Calidad Territorial del Proyecto MCTE

Las 31 Marcas de Calidad Territorial (MCT) que se relacionan a continuación han sido acreditadas para obtener el derecho de uso de la marca paraguas *Calidad Rural*®.



ID MCT	IMAGEN MCT	NOMBRE MCT	ENTIDAD GESTORA
MCT01		Comarca Vaqueira Álzate con la Tradición	Centro para el Desarrollo Rural del Valle del Ese-Entrecabos
MCT02		Condado Jaén Calidad Rural	Asociación Desarrollo Rural del Condado de Jaén
MCT03		P Productos de Los Pedroches	Asociación ADROCHES para el Desarrollo Rural de la Comarca de Los Pedroches
MCT04		Comarca Nororiental de Málaga	Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca Nororiental de Málaga
MCT05		Tierras de Occam	Asociación Comarcal "Don Quijote de La Mancha"
MCT06		Campiña Alcores	Asociación para el Desarrollo de la Campiña y los Alcores de Sevilla
MCT07		Poniente Granadino Calidad Rural	Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino
MCT08		Tierras de Dulcinea	Grupo de Acción Local "Dulcinea"
MCT09		Segura Calidad	Grupo de Desarrollo Rural "Sierra de Segura"
MCT10		Tierras de Talavera Talavera - Sierra de San Vicente - La Jara	Asociación para el Desarrollo de la Comarca de Talavera, Sierra de San Vicente y La Jara- Tierras de Talavera
MCT11		Comarca del Desierto	Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca Filabres-Alhambilla
MCT12		Los Vélez Calidad	Asociación para la Promoción y Desarrollo de la Comarca de Los Vélez
MCT13		Reino de León Calidad Rural	Asociación Poeda, Páramo Órbigo Esla Desarrollo Asociado
MCT14		Las Merindades	Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades

ID MCT	IMAGEN MCT	NOMBRE MCT	ENTIDAD GESTORA
MCT15		GS Gestió Sostenible Garrotxa i Collsacabra	Associació per al Desenvolupament Rural Integral de la Zona Nord - Oriental de Catalunya
MCT16		Ribera del Duero Burgalesa	Asociación para el Desarrollo Rural e Integral de La Ribera del Duero Burgalesa
MCT17		Tierras del Oeste Salmantino	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las Sierras de Salamanca
MCT18		Mar de Pinares	Asociación Honorse-Tierra de Pinares
MCT19		Soria Sentir Rural	Asociación Proyecto Noreste de Soria
MCT20		Cerrato Castellano	Asociación para el Desarrollo Rural Integral del Cerrato Palentino
MCT21		Castilla Original Amaya Camino de Santiago	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las Comarcas circundantes del Camino de Santiago comprendidas entre Castrojeriz y Fromista
MCT22		Somontano Guara	Centro de Desarrollo Integral del Somontano
MCT23		norteTeruel Bajo Martín – Andorra - Sierra de Arcos	Asociación para el Desarrollo Integral del Bajo Martín y Andorra-Sierra de Arcos
MCT24		Calatayud Tierra de Calidad	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de la Comarca de Calatayud y del Aranda
MCT25		Aranda Tierra de Calzado	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de la Comarca de Calatayud y del Aranda
MCT26		Jiloca Gallocanta	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las Tierras del Jiloca y Gallocanta
MCT27		Valles Pasiegos	Asociación para la Promoción y Desarrollo de la Comarca Pisueña- Pas-Miera
MCT28		alpujarraGranada	Asociación para la Promoción Económica y el Desarrollo Rural de la Alpujarra - Sierra Nevada de Granada
MCT29		Altiplano de Granada Tu Patrimonio	Asociación Grupo de Desarrollo Rural del Altiplano de Granada
MCT30		Montesor Comarca de Calidad	Asociación para el Desarrollo de la Comarca de Almadén "Montesor"
MCT31		Matarraña Signo de Calidad	Comarca del Matarranya

ANEXO 1.3. Niveles de Actuación del Proyecto MCTE

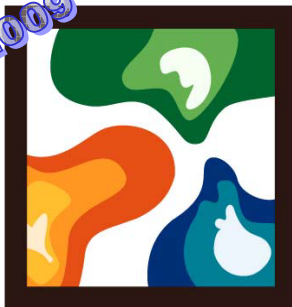
EVALUACIÓN	Para la CERTIFICACIÓN	Para la ACREDITACIÓN
	NIVEL TERRITORIAL	NIVEL SUPRATERRITORIAL
	MCT (Marcas de Calidad Territorial Territoriales)	<i>Calidad Rural®</i> (Marca paraguas)
ÁMBITO	Territorial	Europeo
PROPIEDAD	Grupos de Acción Local u otras instituciones	Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea (AMCTE)
APLICACIÓN	Productos, servicios, procesos, ..., otros activos territoriales	MCTs
Definición RAE	<i>Certificar es asegurar, afirmar, dar por cierto algo</i>	<i>Acreditar es dar seguridad de que alguien o algo es lo que representa o parece</i>
Objetivo	Se CERTIFICA un CUMPLIMIENTO	Se ACREDITA una CAPACIDAD
	Ofrecer garantía de que un producto, servicio, proceso, ... es conforme a unos requisitos concretos especificados en un pliego de condiciones (carta específica)	Ofrecer garantía de que una MCT tiene la capacidad para asegurar la calidad de la certificación de productos, servicios, procesos, ..., conforme a los principios decididos por la Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea (Reglamento General)
¿Quién?	La entidad propietaria de cada MCT, a partir del informe elaborado por los organismos de certificación. Estos organismos son empresas evaluadoras externas al ámbito de actuación de la MCT, contratadas al efecto por la entidad propietaria de la MCT.	La Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea, a partir de los informes elaborados por los organismos de acreditación. En el caso de España, el organismo de certificación es la Unidad de Evaluación de la Universidad de Córdoba.
Estándares	Cada MCT define los pliegos de condiciones (cartas específicas) que deben cumplir las empresas / entidades / procesos, ..., para poder ser certificadas para el uso del sello de la MCT. Se incluyen criterios de calidad del producto y responsabilidad social: calidad económica (gestión), calidad ambiental y calidad social.	Metodología de Evaluación (6 Ejes – 40 Indicadores), elaborada por la Universidad de Córdoba y aceptada y aprobada por la AMCTE. Se incluyen criterios de diseño, evaluación y uso de la MCT y de su inclusión en la estrategia de desarrollo territorial conforme a 8 principios clave para la AMCTE (participación, igualdad, sinergias, solidaridad, transversalidad, autenticidad, compromiso y responsabilidad social)

ANEXO 2.1. Listado de Indicadores de la Metodología de Evaluación MCTE

EJE 1: EL TERRITORIO
I.I: Naturaleza del Territorio I.II: Dimensión del Territorio I.III: Carácter Rural I.1: Identidad
EJE 2: EL PROYECTO DE DESARROLLO
I.IV: Existencia de Diagnóstico I.V: Existencia de Plan Estratégico I.2: Diagnóstico reciente I.3: Órgano de Seguimiento del Plan Estratégico I.4: Proyecto de Desarrollo participativo I.5: La MCT como un eje del Proyecto de Desarrollo I.6: Gobernanza I.7: Campañas para la Apropiación I.8: Partenariado Público-Privado I.9: Igualdad de Oportunidades
EJE 3: LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL
I.VI: Registro de la MCT I.VII: Existencia de Carta General I.10: Carta General acorde al Reglamento MCTE I.11: Aval de Expertos I.12: Órgano de Gestión y Control y Reglamento de Funcionamiento I.13: Representatividad del Órgano de Gestión y Control I.14: Cartas Específicas I.15: Carta Gráfica I.16: Procedimiento de Implantación y Evaluación I.17: Separación entre las funciones técnicas y de decisión de los órganos de la MCT
EJE 4: EL USO DE LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL
I.VIII: Evaluación y Control de las entidades portadoras I.18: Seguimiento de las evaluaciones del Órgano de Gestión y Control I.19: Cumplimiento de requisitos de las Cartas Específicas I.20: Uso gráfico correcto I.21: Iniciativas en el Sector Público
EJE 5: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
I.IX: El estado del entorno no perjudica la imagen de la MCTE I.22: Acuerdo contra el deterioro del Entorno I.23: CCEE incluyen las 3 Calidades de RSE (económica, social y ambiental) I.24: Plan de Ordenación del Territorio I.25: Indicadores de Calidad Paisaje
EJE 6: COOPERACIÓN, SOLIDARIDAD Y TRANSVERSALIDAD
I.X: Carácter intersectorial de la MCT I.26: Cooperación Intersectorial I.27: Red de Cooperación Pública I.28: Acciones de Solidaridad I.29: Acciones de Formación - Animación I.30: Respuesta a nuevas demandas de los consumidores

Los 10 indicadores identificados con números romanos (resaltados en negrita) constituyen el Decálogo Discriminante, utilizado a modo de filtro en la primera fase de la Evaluación para la Acreditación.

**METODOLOGÍA
APROBADA
Versión 3.2
19 de enero de 2009**



Metodología de Evaluación para la Acreditación MCTE (*Calidad Rural*®)

Esta Metodología ha sido elaborada por el:



Programa Oficial de Postgrado en Desarrollo Rural.
Departamento de Economía Agraria.

Universidad de Córdoba. España

INDICE

1. Introducción.....	3
2. Calendario de hitos en el proyecto de elaboración de la Metodología de Evaluación.	5
3. Estructura de la Metodología de Evaluación.....	6
3.1. Aspectos Generales:	6
3.2. Componentes de los Indicadores:	7
3.2.1. Familia Temática:	7
3.2.2. Tipo:	7
3.2.3. Identificación:	7
3.2.4. Escala:.....	7
3.2.5. Umbrales e Intervalos:	8
3.2.6. Fundamentos:	8
3.2.7. Conceptos:	8
3.2.8. Fórmulas de cálculo:.....	8
3.2.9. Fuentes:.....	8
3.2.10. Notas para el muestreo:	9
3.2.11. Comentarios de evaluación y Notas complementarias:.....	9
4. Fichas Reducidas de Formulación de los Indicadores:.....	9
5. Resumen de Indicadores agrupados por Familias	52

1. Introducción

Esta Metodología se ha elaborado a demanda de la Asociación Europea propietaria de la Marca de Calidad Territorial Europea (MCTE), *Calidad Rural*®, convenientemente registrada en la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) de la Unión Europea localizada en Alicante, el día 2 de Mayo de 2007, con el número de Registro 004657003.

El **Objetivo Superior** de esta Metodología de evaluación, es fortalecer la confianza de los consumidores hacia los productos y servicios identificados con la etiqueta *Calidad Rural*®.

Para lograr este propósito, una de las mejores garantías consiste en demostrar, de manera fehaciente, que sus decisiones de consumo están convenientemente protegidas por un sistema riguroso y objetivo que evalúa de manera sistemática el cumplimiento de los diferentes requisitos relacionados con las tres calidades de este sistema de aseguramiento de la calidad: la *calidad económica*, la *calidad social* y la *calidad ambiental*, además del cumplimiento de los restantes requisitos de naturaleza técnica y administrativa que son obligatorios para cualquier empresa o producto. Y para ello, es necesario disponer de una herramienta y de un modo de utilizarla, que garanticen el cumplimiento de un *contrato basado en valores*, que se manifiesta en todas las decisiones de producción y consumo de los productos y servicios acreditados por la Marca *Calidad Rural*®.

Para alcanzar el objetivo anterior, se plantea un **Objetivo Instrumental** que consiste en diseñar una Metodología de Evaluación, que permita comprobar que las diferentes Marcas *locales* de Calidad Territorial (MCTs) cumplen los *Principios* y demás requisitos aprobados por la Asociación propietaria de la Marca de Calidad Territorial Europea, contenidos en su *Reglamento General* y en los demás acuerdos adoptados por dicha Asociación.

Esta Metodología se utilizará tanto para la acreditación de las Marcas de Calidad Territorial, que componen la red MCTE en este momento, como para acreditar a las que soliciten adherirse a la red en el futuro. Gracias a esta evaluación es posible obtener dos tipos de resultados: a) evitar que se perjudique la credibilidad del proyecto MCTE por algunos incumplimientos parciales o puntuales de los requisitos de calidad; b) establecer las medidas correctoras y de mejora oportunas para aprovechar la estrategia MCTE como vehículo para mejorar la credibilidad ante los consumidores.

En consecuencia con lo anterior, esta Metodología incluye los dos **criterios de evaluación** siguientes: a) la *discriminación básica* (que determina si se cumplen o no los requisitos que se han considerado *imprescindibles* para ser portador de la Marca europea); y b) la *profundización o complementaria* (que determina en qué grado se cumplen los restantes requisitos de la MCTE). A través de una batería de *Indicadores*, diseñados para a partir de los dos criterios anteriores, se determinará si un territorio, que ya haya registrado su MCT *local*, puede ser portador de la etiqueta MCTE *Calidad Rural*®. En caso de ser necesario, se establecerán, además, las *medidas correctoras* y/o las *medidas de mejora* oportunas, que deberá poner en marcha cada MCT para superar las posibles carencias o debilidades detectadas con la evaluación.

Lo **criterios operativos** que se han considerado para el diseño y aplicación de esta Metodología son los siguientes: 1) Cada territorio con una MCT deberá pasar una evaluación cuando solicite ser portador de la MCTE; 2) En el caso de obtener una evaluación positiva, la MCT correspondiente será acreditada como territorio con derecho utilizar la MCTE *Calidad Rural Europea*®; 3) Toda acreditación deberá ser confirmada mediante una nueva evaluación, que deberá repetirse cada tres años; 4) En el caso de obtenerse un resultado negativo en dicha evaluación, la MCT local o el territorio correspondiente podrá utilizar de forma provisional la MCTE si, y sólo si, cumple todos los requisitos *imprescindibles* y pone en marcha un plan de medidas correctoras que le permitan cumplir todos los requisitos *exigibles* en un plazo de tiempo limitado, que vendrá establecido explícitamente en el informe de evaluación; 5) Aquellos casos en los que no se cumplan todos los requisitos *imprescindibles* no podrán ser portadores de la MCTE sin ser objeto de una nueva evaluación, pasado un plazo de al menos seis meses, y que ofrezca un resultado positivo.

La naturaleza de esta evaluación, que implica su aplicación periódica a territorios que ya ostentan una MCT registrada, de la que son portadores empresas y otros actores, exige diseñar una Metodología que sea a la vez *rigurosa* (que sea objetiva y sistemática) y *asequible* (que produzca resultados fiables en un plazo y a un coste que no comprometan la viabilidad del proceso).

Por otra parte, la heterogeneidad de las circunstancias que se dan cita en los procesos de desarrollo rural, hace necesario que la Metodología contemple cuestiones de tipo *cualitativo* y de tipo *cuantitativo* de manera conjunta y que, a partir de ellas, se puedan extraer conclusiones y comparaciones de cara a establecer las eventuales medidas correctoras y de mejora.

El proyecto de elaboración de esta Metodología se ha confiado a la Universidad de Córdoba (UCO), por acuerdo unánime adoptado en la Reunión Técnica, de las cabeceras de la red de los cuatro países fundadores proyecto MCTE, celebrado los días 17 y 18 de Enero de 2008, en Roma. Este encargo se ha formalizado mediante un *Contrato de Prestación de Servicios*, suscrito a través de la Oficina de Transferencia de los Resultados de la Investigación (OTRI) de la Universidad de Córdoba, por el que ASODECO (Asociación para el Desarrollo de El Condado de Jaén, en nombre de la Asociación Europea MCTE) encarga a un Equipo del Departamento de Economía Agraria, integrado en el Programa Oficial de Postgrado en Desarrollo Rural, el diseño de dicha Metodología. Dicho *Contrato* fue firmado en Córdoba el día 22 de Abril de 2008.

El **Equipo de Trabajo** que ha elaborado de esta Metodología está coordinado por el profesor Eduardo RAMOS REAL y lo integran las personas siguientes: Dolores GARRIDO GARCÍA, Rosa GALLARDO COBOS, Fernando RAMOS REAL, Felisa CEÑA DELGADO, Ana Cristina GÓMEZ MUÑOZ, y Tomás DE HARO GIMÉNEZ. Por imperativo legal, y como se recoge en el texto del *Contrato*, la propiedad intelectual de esta Metodología corresponde al Equipo de la Universidad de Córdoba que lo ha elaborado y, por tanto, su uso y aplicación posterior estarán sujetos a los correspondientes Acuerdos formales entre la Asociación europea propietaria de la MCTE y dicho Equipo.

En relación con los posibles Acuerdos para la aplicación de la Metodología, el Equipo de la Universidad de Córdoba manifiesta aquí su disponibilidad para hacer las evaluaciones en España, a la vez que ha establecido ya contactos con otros equipos universitarios especializados en Desarrollo Rural, que se encuentren en los otros tres países de la red. El Acuerdo formal para ello estará sujeto a la negociación previa correspondiente.

En el caso de llegarse a un acuerdo sobre las condiciones de aplicación de esta Metodología de Evaluación, el Equipo de la Universidad de Córdoba coordinará la organización de una red de universidades europeas, que realizarán primero el trabajo de apropiación y, en su caso, la adaptación de la Metodología para aplicarla después a los territorios de cada uno de sus países. Tres Equipos de otras tantas universidades europeas han manifestado ya su disponibilidad e interés para integrar dicha Red Universitaria de Evaluación, que refuerce y amplíe la aplicación de la Metodología a los diferentes países integrados en la Asociación Europea.

La **Red Universitaria de Evaluación** propuesta para este fin estará integrada por equipos de las siguientes universidades: **Toulouse II** “*Le Mirail*” - Francia (*Département de Géographie – Aménagement du Territoire, Equipe de recherche Dynamiques Rurales*), **Pisa** - Italia (*Facoltà di Agraria, Department of Agronomy and Management of the Agro-ecosystem, Group of Agricultural and Environmental Economics*), **Thessaly** – Grecia (*Polytechnic High School, Department of Planning and Rural Development, Campus de Volos*) y **Thessaloniki** – Grecia. El equipo de la Universidad de Córdoba viene manteniendo contactos académicos desde hace tiempo con todos estos equipos, tanto en el marco del Programa de Postgrados de excelencia *Erasmus Mundus* de la UE, como a través de otros programas e iniciativas internacionales.

2. Calendario de hitos en el proyecto de elaboración de la Metodología de Evaluación.

El Equipo de la Universidad de Córdoba recibió verbalmente el encargo de elaborar esta Metodología el 4 de Febrero de 2008, empezando en esa fecha la formulación de los criterios y el diseño de los Indicadores, y llevando a cabo desde entonces todas las tareas necesarias para tener preparado una Versión Piloto (V 3.0), para su presentación ante las diferentes estructuras y Órganos de la Asociación Europea propietaria de la MCTE.

El día 22 de Abril de 2008 se firmó el *Contrato de Prestación de Servicios* entre la Universidad de Córdoba, a través de su OTRI, y ASODECO, en representación de la Asociación Europea propietaria de la MCTE.

Aprovechando la Jornada Técnica del Sector Agroalimentario celebrada en Talavera de la Reina (España), el 6 de Mayo de 2008 una representación de la Universidad de Córdoba presentó el enfoque y la estructura general, así como los principales criterios operativos de la Metodología de Evaluación, ante los equipos técnicos de la red de territorios con MCT.

El día 29 de Mayo de 2008, y aprovechando una reunión del Comité de Organización y Control, los representantes de la Universidad de Córdoba debatieron en Atenas diferentes aspectos técnicos de definición y cálculo de los Indicadores, así como otras cuestiones complementarias relativas a una adecuada aplicación de la Metodología.

Por último, el 19 de Junio de 2008, la Asamblea General de la Asociación Europea, celebrada en La Garrotxa (Girona, España) aprobó por unanimidad el uso de esta Metodología para la evaluación de las MCT actuales (19 en la actualidad), así como para admitir en la red a las nuevas Marcas Territoriales que lo están solicitando o han mostrado interés en adherirse próximamente al proyecto.

Complementariamente, se ha aprobado también como actividad vinculada a la elaboración de esta Metodología, organizar una reunión de la Red Universitaria de Evaluación, coordinada por la Universidad de Córdoba, a fin de constituir dicha red, sentar las bases de la colaboración entre los equipos universitarios, organizar la transferencia metodológica, consensuar las condiciones para su uso, arrancar las evaluaciones piloto, depurar y adaptar la Metodología y poner en marcha un proyecto de actualización y aplicación sistemática de la Metodología.

3. Estructura de la Metodología de Evaluación

3.1. Aspectos Generales:

- ◆ La Estructura de esta Metodología de evaluación se organiza a través de un conjunto de **seis Ejes** temáticos de Indicadores. Como su propio nombre indica, estas *Familias* agrupan, por temas comunes, a los diferentes Indicadores diseñados para evaluar el cumplimiento de los *Principios* del Reglamento General y del resto de acuerdos relevantes adoptados por la Asociación propietaria de la MCTE.
- ◆ El valor de cada Indicador permitirá determinar de forma clara y objetiva el *Nivel de Logro* que ha alcanzado cada MCT, en el aspecto concreto objeto de evaluación.
- ◆ Cada Indicador podrá adoptar valores en el intervalo de una escala cualitativa o cuantitativa previamente definida. En algunos casos estas escalas serán del tipo binómicas o *dummy*.
- ◆ En el caso de indicadores de tipo *cuantitativo*, cada Indicador está asociado a una fórmula o procedimiento de cálculo que permita obtener su valor en cada caso, a partir de las Fuentes consensuadas para obtener los datos correspondientes. El resultado obtenido se traslada a una escala métrica.
- ◆ En el caso de indicadores de tipo *cualitativo*, se ofrece una escala “*ad hoc*” (*semántica*) siempre que esto sea posible, para determinar el valor del Indicador en función de las evidencias apreciadas objetivamente en el proceso de evaluación.
- ◆ Las escalas cualitativas se transforman en escalas cuantitativas discretas a efectos de su agregación y ponderación posterior.
- ◆ El valor de cada Indicador permitirá establecer tanto el *Nivel de Logro* alcanzado por cada MCT como, si ello fuese necesario, las medidas correctoras y/o de mejora oportunas.
- ◆ Los **cuarenta** Indicadores de que consta esta Metodología se agrupan en dos tipos: 1) Los *Indicadores Discriminantes* (ID), y 2) Los *Indicadores de Perfeccionamiento o Complementarios* (IP).

- ◆ En primer lugar, se han formulado **diez Indicadores Discriminantes**, los cuales tienen por finalidad evaluar el cumplimiento de los requisitos considerados *imprescindibles*, es decir aquellos requisitos que no admiten demora o corrección en su nivel de logro para que un territorio tenga derecho a ser portador de la MCTE. El criterio utilizado para lograr un resultado positivo de este indicador es superar el *Umbral* requerido en cada caso. Estos indicadores son de tipo *dummy*, al tener por objeto exclusivamente establecer si se supera o no dicho umbral.
- ◆ Por su parte, los **treinta Indicadores de Perfeccionamiento**, pretenden evaluar el *Nivel de Logro* alcanzado por cada MCT en una serie de aspectos que pudiendo ser importantes (*exigibles*) no se consideran *imprescindibles*. Además, estos indicadores permiten establecer las *medidas correctoras* (gracias a las cuales sea posible cumplir todos los requisitos definidos como *exigibles*), así como para formular las *medidas de mejora* (para alcanzar los niveles de logro superiores: *intermedio* o *avanzado*). Por esta razón, el cálculo de los *Indicadores de Perfeccionamiento* sólo se justifica cuando se haya obtenido previamente un resultado positivo en todos los *Indicadores Discriminantes*.

3.2. Componentes de los Indicadores:

Cada Indicador se encuentra definido mediante una Ficha que contiene toda la información necesaria para obtener su valor de una forma objetiva y transparente.

Los elementos que integran cada Indicador son denominados *Componentes del Indicador* y aparecen reflejados en la Ficha de formulación correspondiente. Dichos componentes son los siguientes:

3.2.1. Familia Temática:

Cada Indicador está asociado a una, y sólo una, Familia temática. Cada Familia, contiene una serie de Indicadores que tienen por objetivo evaluar un aspecto importante de la Marca y del territorio y el proyecto en que se encuentra inmersa.

3.2.2. Tipo:

Cada Indicador está clasificado en uno de los dos tipos previstos: *Discriminante* o de *Perfeccionamiento*.

3.2.3. Identificación:

Cada Indicador está identificado por una notación alfanumérica de la forma **I.x**, donde la letra mayúscula "I" identifica que se trata de un Indicador de la evaluación (a diferencia de otras variables intermedias utilizadas en el proceso de cálculo), y la letra "x" indica un número que va del 1 al 50. Además, cada indicador se identifica también por un texto corto que sintetiza su objetivo en la evaluación.

3.2.4. Escala:

Para simplificar la comparación e integración de resultados, los indicadores se han definido sobre escalas adimensionales, siempre que esto ha sido posible.

Cada Indicador puede adoptar valores en uno de los tres tipos de *Escalas* siguientes:

- *Escala Dummy*: 1 / 0. Este tipo de escala sirve para determinar si se ha alcanzado o no el nivel de logro mínimo imprescindible. Este tipo de escala se ha utilizado en todos los Indicadores del Tipo Discriminante.

- *Escala Cuantitativa*: Corresponde a Indicadores cuyo valor viene dado por una variable de tipo cuantitativo o numérico, pudiendo tratarse de números enteros o no.
- *Escala Cualitativa*: Corresponde a Indicadores cuyo valor o no es numérico o se encuentra asociado a cuestiones de tipo abstracto y, por tanto, de difícil medición. Este tipo de escala no presenta valores continuos, si no que ofrecen saltos discretos en función de las evidencias que se puedan presentar en cada caso.

3.2.5. Umbrales e Intervalos:

Los *Indicadores Discriminantes* sólo admiten dos valores (Sí y No), pero los *Indicadores de Perfeccionamiento* pueden adoptar diferentes valores, que sirven para determinar los diferentes *Niveles de Logro* que ha alcanzado una MCT en un momento dado.

Por este motivo, en todos los Indicadores se establecen los *Umbrales* que se consideran necesarios para considerar cumplido cada *Nivel de Logro*. Sin embargo, en los Indicadores de Perfeccionamiento se presentan además los *Intervalos* de variación de cada *Nivel de Logro*, gracias a lo cual se pueden identificar los tres *Niveles* siguientes: *Exigible*, *Intermedio* y *Avanzado*.

3.2.6. Fundamentos:

Son la justificación del uso del Indicador. Los fundamentos indican el *Principio* o Principios del Reglamento General de la MCTE, así como cualquier otro argumento o decisión de la Asociación, en los que se basa la necesidad de evaluar el *Nivel de Logro* alcanzado en alguna de las actividades o hechos relacionados con la Marca Territorial. En este *componente* se identifican: a) el Documento, b) el Principio, c) el Artículo, y d) la Página del Reglamento General (cuando proceda), así como e) el texto que se ha considerado más relevante como mandato para formular el Indicador.

3.2.7. Conceptos:

Son una serie de comentarios o aclaraciones que pueden facilitar el objetivo del Indicador, el manejo de las Fuentes o el posterior cálculo de su valor, según los casos.

3.2.8. Fórmulas de cálculo:

Son las expresiones cuantitativas o cualitativas que permiten calcular el valor de cada Indicador en cada caso.

3.2.9. Fuentes:

Tan importante como el objetivo y el modo de cálculo de cada Indicador es la definición de las *Fuentes* de las que se toman los datos.

Los principales tipos de Fuentes de información que se han propuesto para el cálculo de los Indicadores son los siguientes:

- *Documentos administrativos*: Se trata de los documentos que sirvan como evidencia razonable de la realización de algún tipo de actividad o evento.

- *Datos objetivos e información secundaria:* En este tipo de Fuente se integran todos los datos generados por Organismos e Instituciones de Administraciones Públicas, así como determinadas publicaciones que puedan considerarse suficientemente fiables.
- *Datos subjetivos e información primaria:* Alguna información complementaria será necesario obtenerla directamente en terreno. En estos casos se hará un muestreo con el que se obtendrán opiniones y datos primarios sobre diferentes cuestiones del proceso.

En el proceso de Evaluación, cada entidad responsable de la gestión de la MCT local correspondiente deberá aportar al Equipo de Evaluación toda la información necesaria para realizar los cálculos de los Indicadores. Dicha información deberá provenir necesariamente de las Fuentes previstas en cada caso.

3.2.10. Notas para el muestreo:

El cálculo de algunos Indicadores exige la recogida de información primaria en terreno. En estos casos, la Ficha del Indicador incluye como componente necesario la información oportuna para establecer el tamaño de la muestra, y el número de repeticiones a realizar en los casos de obtener resultados del Indicador que no superen los umbrales de logro mínimo admitidos.

3.2.11. Comentarios de evaluación y Notas complementarias:

En este apartado se incluyen todas las aclaraciones o comentarios que se han considerado convenientes para un mejor uso e interpretación del valor de cada Indicador. Además, en este espacio se pueden incluir también algunos comentarios relacionados con los diferentes *Niveles de Logro* acreditados al aplicar cada Indicador.

4. Fichas Reducidas de Formulación de los Indicadores:

En las páginas siguientes se incluyen las Fichas Reducidas de formulación de los cincuenta Indicadores diseñados en esta Metodología. Dichos Indicadores aparecen agrupados por las Familias temáticas a las que pertenecen, incluyendo en cada Familia tanto los *Discriminantes* como los de *Perfeccionamiento*.

En las Fichas Reducidas¹ de formulación se presenta sólo la información básica sobre cada Indicador, pero no se incluyen ni las fórmulas de cálculo ni los demás *componentes*. Dichos *componentes* quedan pendientes de discusión con el Comité de Gestión y Control de la Asociación europea, antes de su inclusión en la Metodología para la puesta en marcha de la etapa piloto de validación técnica. La Asamblea General

¹ Debido a que este documento está escrito en cinco lenguas (el original en español, más las traducciones al inglés, francés, italiano y griego), en primer lugar se incluye una Ficha número "cero", que no corresponde a ningún Indicador real. En la Ficha 0 aparecen traducidos a los cuatro idiomas los nombres de los diferentes campos que se utilizan en las Fichas 1 a 50. En consecuencia, en las Fichas Reducidas el nombre de cada campo está en español, y su significado en cada idioma aparece en la Ficha 0, pero el texto concreto de cada componente de cada Indicador sí se incluye traducido a cada idioma.

autorizó, durante la reunión celebrada en La Garrotxa el 19 de junio de 2008, al Comité de Gestión y Control, para aprobar e incluir todos los detalles de cálculo de los Indicadores, completando así las Fichas Reducidas para obtener las Fichas Ampliadas.



Escala: Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 0

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: - Artº - Pág -
Principio-- -

Texto de la fundamentación:

Conceptos	
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

Otros textos que se repiten sistemáticamente en las Fichas:

- Rgto. General MCTE

TIPOS de Indicadores:	FAMILIAS temáticas de Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> ◆ DISCRIMINANTES ◆ DE PERFECCIONAMIENTO 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Territorio 2. Proyecto de Desarrollo 3. La Marca de Calidad Territorial (MCT) 4. Uso de la MCT 5. Responsabilidad Social 6. Cooperación, solidaridad y transversalidad



Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	1
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 1 Pág 3
Principio-- No corresponde a ningún principio

Texto de la fundamentación: *Las Marcas territoriales han de afectar a "...territorios naturales, administrativos o con identidad histórica"*

Conceptos	Este Indicador pretende confirmar que el territorio de la MCT objeto de evaluación cumple el requisito de ser de tipo natural, administrativo, y/o histórico.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Documento justificativo o acreditativo en el que se explicita la naturaleza histórica y/o natural del territorio • Documento Administrativo que demuestre que el territorio es resultado de un acto administrativo (Estatutos o similar)
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 1
Territorio

DISCRIMINANTE

Indicador I. 2

Dimensión del Territorio

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto. General MCTE Artº 1 Pág 3
Principio:-- No corresponde a ningún principio

Texto de la fundamentación: Las Marcas territoriales han de afectar a "territorios ... con una dimensión superior a una localidad e inferior a una región administrativa (NUTS II) ..."

Conceptos	Este Indicador pretende determinar que el territorio tiene una dimensión operativa, según lo establecido en el Reglamento General
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> EUROSTAT (2008) <i>Regions in the European Union. Nomenclature of territorial units for statistics NUTS 2006 /EU-27</i> http://ec.europa.eu/eurostat/europa.eu/portal/page?_pageid=107346587259&_dad=portal&_schema=PORTAL&n_product_code=KS-RA-07-020 Carta General o documento justificativo del solicitante que indique el ámbito geográfico de aplicación.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 1
Territorio

DISCRIMINANTE

Indicador I. 3

Carácter rural

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto. General MCTE Artº 1 Pág 3
Principio:-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: Las Marcas territoriales han de afectar a "...territorios ... con predominio rural."

Conceptos	Este Indicador pretende confirmar el carácter predominantemente rural del territorio, sobre el que se ha registrado una Marca de Calidad Rural
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	<p>Siguiendo el criterio de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) para la calificación de los municipios rurales, (densidad de población: menor de 150 habitantes /km²) y para las Regiones (más del 15% de la población vive en municipios rurales):</p> <p>I = 1</p> <ul style="list-style-type: none"> Más del 15% de la población total del territorio vive en municipios rurales No existe ningún municipio de más de 100.000 habitantes No existe más de un municipio entre 50.000 y 100.000 habitantes <p>I = 0</p> <ul style="list-style-type: none"> Menos del 15% de la población total del territorio vive en municipios rurales.
Fuentes	<p>La entidad gestora de la Marca, deberá aportar un <i>Informe de Población y Superficie</i>, que contenga estos datos básicos de cada municipio del territorio. Esta información debe estar basada en los datos publicados por el Organismo que elabore las estadísticas oficiales del país, citando expresamente la publicación y el año de los que se han tomado:</p> <ol style="list-style-type: none"> Población de cada municipio (Censo de población) Superficie total de cada municipio.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 1
Territorio

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 4

Identidad

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbral de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 6
Principio 6 Autenticidad e Identidad

Texto de la fundamentación: "Garantizar la autenticidad de los savoir-faire y las tradiciones. Construir una identidad fundada sobre valores comunes y compartidos por los actores del territorio y comprometer en sus dimensiones multicultural y europea los intercambios entre las personas"

Conceptos	La identidad del territorio (histórica o no) es un factor para diferenciarse del resto de productos o territorios, vinculado a algún elemento-fuerza de carácter social, cultural, natural o histórico, que sirve como aglutinador del territorio. La Estrategia de Marca incluye elementos de identidad para mejorar su notoriedad y posicionamiento en el mercado.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Cartas General • Cartas Específicas • Cualquier documento que pruebe de forma fiable la existencia y el uso de la identidad como palanca del proyecto de desarrollo
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 2
Proyecto de Desarrollo

DISCRIMINANTE

Indicador I. 5

Existe un Diagnóstico

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbral de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	1
	Exigible	UMBRAL	
	Intermedio	UMBRAL	
	Avanzado	UMBRAL	

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 4
Principio 1 Participación y Transparencia

Texto de la fundamentación: Realización de un diagnóstico del territorio

Conceptos	El Indicador pretende constatar la existencia de algún Diagnóstico del territorio, realizado en los últimos 25 años.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Documento que recoja el diagnóstico y la entidad responsable de su elaboración
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 2
Proyecto de Desarrollo

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 6

El Diagnóstico es Reciente

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbral de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	
	Exigible	UMBRAL	1
	Intermedio	UMBRAL	
	Avanzado	UMBRAL	

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 4
Principio 1 Participación y Transparencia

Texto de la fundamentación: *Realización de un diagnóstico del territorio*

Conceptos	Se pretende comprobar la realización de un diagnóstico reciente, que garantice la vigencia de la información que contiene. A los efectos de este Indicador se considera reciente una fecha no anterior a 1998 (10 años).
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	• Documento que contenga el diagnóstico y la entidad responsable de su elaboración, y la fecha de elaboración posterior a 1997.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 2
Proyecto de Desarrollo

DISCRIMINANTE

Indicador I. 7

Existe Plan Estratégico

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbral de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	1
	Exigible	UMBRAL	
	Intermedio	UMBRAL	
	Avanzado	UMBRAL	

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 4
Principio 1 Participación y Transparencia

Texto de la fundamentación: *Construcción del proyecto de desarrollo*

Conceptos	Se pretende constatar si se ha elaborado un "Plan Estratégico" que incluya el proyecto de territorio.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	• Documento o documentos que recojan el Plan de acción o proyecto de territorio que incorpore una planificación de las actuaciones ("Plan Estratégico")
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 2
Proyecto de Desarrollo

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 8

Existe un Órgano de Seguimiento
del Plan Estratégico

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbral de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL
	Exigible	UMBRAL 1
	Intermedio	UMBRAL
	Avanzado	UMBRAL

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 4
Principio 1 Participación y Transparencia

Texto de la fundamentación: *Elaboración de un dispositivo compartido de seguimiento-evaluación*

Conceptos	La participación del conjunto de los actores debe inspirar las diferentes formas de ejecución del proceso de desarrollo de cada territorio, en cada una de sus etapas, entre las que cabe citar la "Elaboración de un dispositivo de seguimiento-evaluación del Plan Estratégico".
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Plan Estratégico en el que se recoja la creación de un órgano de seguimiento del Plan. Documento formal de constitución (o similar) que acrediten la existencia de tal órgano. Actas de las reuniones de dicho Órgano de seguimiento.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 2
Proyecto de Desarrollo

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 9

Proyecto de Desarrollo Participativo

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbral de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL
	Exigible	UMBRAL 50
	Intermedio	UMBRAL 50
	Avanzado	UMBRAL 75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 4
Principio 1 Participación y Transparencia

Texto de la fundamentación: *La participación del conjunto de los actores debe inspirar las diferentes formas de ejecución del proceso de desarrollo de cada territorio*

Conceptos	El proceso de desarrollo del territorio debe tener carácter participativo, de acuerdo con el primer Principio. Y esta participación debe producirse en todas las etapas del proceso de desarrollo. Para lograr esto el territorio debe privilegiar el recurso de las herramientas de sensibilización, formación y acompañamiento. Este Indicador se construye para evaluar el grado de logro en esta cuestión.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Actas de las reuniones y otras actividades celebradas en las distintas etapas del proceso de desarrollo. Otros documentos relativos a entrevistas, visitas, talleres, actividades formativas... que acrediten la participación real de la población en el proceso.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 2
Proyecto de Desarrollo

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 10

La MCT como eje del Proyecto

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	
	Exigible	UMBRAL	1
	Intermedio	UMBRAL	
	Avanzado	UMBRAL	

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 1 Pág 3
Principio-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: *Los territorios portadores de dichas marcas deben estar inmersos en un proceso de desarrollo vinculado a la calidad territorial*

Conceptos	Este Indicador pretende recoger y analizar evidencias sobre las cuestiones siguientes: <ul style="list-style-type: none"> La calidad territorial debe constituir un eje vertebrador del proyecto de desarrollo del territorio. La calidad territorial se fundamenta en dos grandes valores: 1) se trata de una nueva forma de comportamiento solidario, que privilegia la calidad de los lazos entre los hombres, los territorios, los productos, los servicios, los productores y los consumidores; y 2) el desarrollo debe ser sostenible desde una perspectiva económica, social y cultural.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Proyecto de desarrollo del Territorio Carta General Otras evidencias solventes de que la MCT es el eje estratégico del proyecto de desarrollo del territorio
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 2
Proyecto de Desarrollo

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 11

Gobernanza

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 4
Principio 1 Participación y Transparencia

Texto de la fundamentación: *"Apropiación de los elementos de diagnóstico por el conjunto de los actores"*

Conceptos	Participación del conjunto de los actores del territorio en la estructura de gestión y de animación de la Marca.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	<p>Colaboración entre las estructuras gestoras y propietarias de la Marca:</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>Nivel Intermedio:</u> Si se prueba la presencia de las estructuras en al menos 3 reuniones de coordinación por año (mediante firma en las hojas de asistencia). <u>Nivel Avanzado:</u> Presencia en más de 3 reuniones anuales. <p>Implicación de los actores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <u>Nivel Intermedio:</u> Si se prueba que las estructuras gestoras y propietarias asocian a los beneficiarios de la Marca a la preparación de las acciones y a las restituciones (al menos 3 convocatorias). <u>Nivel Avanzado:</u> Más de 3 reuniones
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Ejemplos documentados de apoyo, de colaboración efectiva entre las diferentes estructuras propietarias o de gestión de la Marca, para organizar y coordinar acciones colectivas. Ejemplos documentados de apoyo, de colaboración entre las diferentes estructuras propietarias o de gestión de la Marca y los beneficiarios para realizar acciones colectivas. Lista de acciones colectivas llevadas a cabo en el territorio en los últimos años.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 2
Proyecto de Desarrollo

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 12

Hay Campañas para la apropiación

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbral de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	50
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 4
Principio 1 Participación y Transparencia

Texto de la fundamentación: *Apropiación de los elementos del diagnóstico por el conjunto de los actores*

Conceptos	<p>Este Indicador pretende analizar el proceso de difusión de los resultados del diagnóstico y del Plan de desarrollo, con el fin de evaluar el grado de apropiación de ambos por parte de la población.</p> <ul style="list-style-type: none"> Nivel exigible: Existencia de campañas y medidas para facilitar la apropiación Nivel intermedio y avanzado: Nivel de impacto que dichas medidas están teniendo en la población
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Evidencias: Informe o listado (con fechas) de las reuniones y otras actividades celebradas en las distintas etapas del proceso de desarrollo. Documentos que detallen la realización de entrevistas, visitas, talleres, actividades formativas, etc. y que acrediten la difusión de los resultados del diagnóstico y de la elaboración del Plan de desarrollo.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 2
Proyecto de Desarrollo

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 13

Partenariado público-privado

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbral de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	1
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 4
Principio 1 Participación y Transparencia

Texto de la fundamentación: *“La organización portadora del proyecto posee una composición equilibrada entre el sector público y el privado...”*

Conceptos	El proyecto de desarrollo (y por tanto la Marca) debe asegurar un equilibrio público-privado de los socios para garantizar el interés del mayor número de actores del territorio y asegurar la transparencia de las acciones llevadas a cabo.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	<p>El indicador es positivo, I = 1</p> <p>Si en una de las estructuras, propietaria o gestora, de la Marca hay una participación equilibrada de los dos tipos de grupos (público y privado)</p> <p>El indicador será negativo I = 0</p> <p>Si uno de los dos grupos es ultradominante en la estructura propietaria o de gestión de la Marca (por ejemplo, si uno de los grupos representa más del 90% de los socios)</p>
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Listado de miembros que componen la estructura propietaria y de gestión de la Marca.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 2
 Proyecto de Desarrollo

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 14

Hay Criterios de Igualdad de Oportunidades y cohesión

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 5
 Principio 2 Igualdad de oportunidades

Texto de la fundamentación: *Acciones específicas en el territorio a favor de los públicos desfavorecidos ... representación de asociaciones sociales.... La consideración de los aspectos sociales en los Reglamentos de productos y servicios*

Conceptos	El Indicador pretende analizar si en el territorio se otorga una consideración especial a los públicos en dificultad desde la fase de diagnóstico y a lo largo del proceso de implantación de la MCT. En concreto, el Indicador analiza evidencias de lo siguiente: - Acciones específicas en el territorio a favor de los públicos desfavorecidos (formación de actores y socios, acompañamiento de empresarios en dificultad, etc...); de educación popular, ciudadana, de promoción social; - Una representación de asociaciones sociales en diferentes instancias y una formalización de sus relaciones con las instancias económicas y políticas - La consideración de los aspectos sociales en los reglamentos de productos y servicios.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Listado de acciones / proyectos destinados a públicos desfavorecidos (educación popular, ciudadana y de promoción social) Cartas específicas: que evidencien la inclusión de aspectos sociales.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 3
 La MCT

DISCRIMINANTE

Indicador I. 15

La MCT está registrada

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	1
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 1 Pág 3
 Principio-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: *La Marca de Calidad Territorial Europea podrá aplicarse a las Marcas Territoriales como una marca añadida.*

Conceptos	Se considera registrada la Marca Territorial cuando se han llevado a cabo con éxito todos los trámites necesarios para su inscripción en la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) de la UE o en un registro nacional de fiabilidad equivalente.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Certificado de inscripción y número de registro de la MCT, con mención expresa de la fecha y validez del registro
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 3
La MCT

DISCRIMINANTE

Indicador I. 16

Existe Carta General

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 0 Pág 1
Principio-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: *Vistas las cartas generales y...*

Conceptos	La Carta General es el Reglamento básico en el que se detallan los objetivos, valores y principios que deben guiar el desarrollo sostenible del territorio (calidad territorial), así como las grandes líneas de actuación (Documento que regule el uso de la MCT)
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Carta General o documento equivalente. • Acta de aprobación de la Carta General.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 3
La MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 17

La Carta General es acorde con el Reglamento Europeo

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	
	Exigible	UMBRAL	50
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 0 Pág 1
Principio-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: *Vistas las cartas generales y...*

Conceptos	<p>La Carta / Reglamento General debe contener al menos los puntos siguientes desarrollados convenientemente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Prioridades y líneas estratégicas del proceso de desarrollo. Mención explícita a los objetivos de desarrollo sostenible y calidad territorial. 2. Principios básicos del proceso de calidad territorial (relacionados con los principios incluidos en el Reglamento General de la MCTE) 3. Ámbito de aplicación de la MCT. 4. Descripción de los elementos, procedimientos y modalidades de gestión, atribución y control de la MCT. 5. Otros.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Carta General
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 3
La MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 18

Se dispone de aval de expertos

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	1

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 6
Principio 6 Autenticidad e Identidad

Texto de la fundamentación: *Los territorios identifican y valorizan las tradiciones y los « savoir-faire », ... como recurso para el desarrollo local ... descripción de elementos de autenticidad e identidad en los reglamentos de producciones y servicios*

Conceptos	El aval de expertos es la persona o entidad (compuesta por especialistas e investigadores) del territorio o no, que asesora al Órgano de Gestión y Control sobre determinados aspectos del territorio: culturales, patrimoniales, históricos, etc. Este Indicador pretende determinar si existe tal aval y, en ese caso, si cumple el papel que le otorga la definición anterior.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Acta de constitución del Comité de Expertos o similar, si existiese y sus actas de funcionamiento. Dictámenes realizados por los expertos hasta el momento sobre todas las certificaciones que afecten a bienes culturales, patrimoniales e históricos. Otros documentos (por ejemplo publicaciones) que permitan establecer el trabajo realizado por los expertos.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 3
La MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 19

Existe Órgano de Gestión y Control y tiene un Reglamento

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	1
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 3 Pág 8
Principio-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: *Cada Marca Territorial deberá disponer de un Órgano de Gestión y Control propio de la Marca, con un reglamento de funcionamiento ... responsable de otorgar o retirar a una empresa o entidad el uso de la Marca de acuerdo con sus cartas*

Conceptos	El Órgano de Gestión y Control (OGC) es el encargado de la adjudicación de la MCT a productos o servicios, patrimonios o municipios. Este Indicador pretende comprobar la existencia (aprobación y constitución formal) de este Órgano, así como si tiene una estructura claramente definida y un Reglamento de funcionamiento aprobado, en el que se detallen su composición, sus funciones, su forma de funcionamiento y los mecanismos de evaluación y concesión de la MCT.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Acta de aprobación del Reglamento del O.G.C. Reglamento del O.G.C.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 3
La MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 20

El Órgano de Gestión y Control es representativo

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 4
Principio 1 Participación y Transparencia

Texto de la fundamentación: *La participación del conjunto de los actores debe inspirar las diferentes formas de ejecución del proceso de desarrollo de cada territorio*

Conceptos	El Órgano de Gestión y Control debe tener una composición equilibrada entre los diferentes colectivos sociales y económicos del territorio. Este Indicador pretende comprobar en qué medida es equilibrada y representativa la composición de este Órgano.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Acta de constitución del Órgano de Gestión y Control (con las modificaciones producidas en su caso), que incluya el número total de miembros Organigrama del Órgano de Gestión y Control. Informe de la entidad gestora de la MCT que detalle a qué a que estamento o grupo de interés pertenece cada miembro del Órgano de Gestión y Control.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 3
La MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 21

Hay Cartas Específicas para todos los productos y servicios con MCT

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	1
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 8
Principio 8 Responsabilidad Social

Texto de la fundamentación: *Cada territorio establecerá mediante cartas específicas los parámetros de calidad que garanticen que las empresas son económicamente viables, medioambientalmente respetuosas y socialmente comprometidas*

Conceptos	Las Cartas Específicas son documentos que identifican los criterios concretos que deben cumplir las empresas, entidades públicas y municipios para garantizar que sus productos o servicios cumplen los criterios de calidad económica, social y ambiental recogidos en los mismos. Estas Cartas se concretan por sectores de actividad. En el caso de las iniciativas de carácter público, los parámetros de calidad pueden estar integrados en la Carta General.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Listado de todas las Cartas Específicas Listado de todas las entidades beneficiarias de la MCT.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 3
La MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 22

Existe Carta Gráfica

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	1
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 4 Pág 8
Principio-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: *Cada Marca Territorial deberá disponer de una Carta Gráfica*

Conceptos	La Carta Gráfica es el documento que regula las condiciones de uso de la imagen de MCT en el territorio en convivencia con la de la MCTE y la de la entidad o empresa.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Carta Gráfica • Acta de aprobación de la Carta Grafica
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 3
La MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 23

Existe Procedimiento de implantación y evaluación de la MCT

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	1
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 3 Pág 8
Principio-- No corresponde a ningún principio

Texto de la fundamentación: *Relacionado indirectamente con el texto del artículo 3 del Reglamento General "cada Marca Territorial deberá disponer de un Órgano de Gestión y Control propio, con un reglamento de funcionamiento, que sea el responsable de otorgar o retirar a una empresa o entidad el uso de la Marca de acuerdo con sus cartas generales y cartas específicas establecidas para la misma, en función de su historia, su cultura y su organización"*

Conceptos	El Procedimiento de implantación y evaluación se utiliza para verificar que la empresa o municipio cumple con los requisitos establecidos en la carta específica que le sea de aplicación para que sus productos, servicios o actividades puedan llevar la MCT. Con este Indicador se pretende comprobar que existe y está en funcionamiento dicho procedimiento de implantación y evaluación.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Documento que refleje el flujo de las etapas del proceso de implantación y evaluación de la MCT.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 3
La MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 24

Hay separación entre las funciones técnicas y políticas

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 4
Principio 1 Participación y Transparencia

Texto de la fundamentación: En cada territorio, el proceso de calidad territorial es dirigido por una instancia política y una técnica, estando bien precisadas las funciones y formas de articulación entre ambas

Conceptos	<p>En el sistema de MCT hay dos instancias que deben estar claramente diferenciadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Instancia política</u> → Órgano de dirección de la MCT. • <u>Instancia Técnica</u> → Órgano con la función de revisar la evaluación de los solicitantes de la MCT y elevar la propuesta de concesión de la MCT a la instancia política. <p>Este Indicador pretende comprobar si estas funciones están identificadas y son realmente independientes.</p>
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Documento/s que expliciten las funciones de la instancia política y de la técnica.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 4
Uso de MCT

DISCRIMINANTE

Indicador I. 25

Se realiza evaluación y control de los portadores de la MCT

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	1
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 3 Pág 8
Rgto. C.G.C MCTE Artº 23 y 26 Pág 4 y 5
Principio-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: Este indicador está inspirado en:

Artículo 3 del Rgto.General: "Cada Marca Territorial deberá disponer de un Órgano de Gestión y Control propio, con un reglamento de funcionamiento, que sea el responsable de otorgar o retirar a una empresa o entidad el uso de la Marca de acuerdo con sus cartas generales y cartas específicas establecidas para la misma, en función de su historia, su cultura y su organización"

Artículo 23 Rgto. C.G.C.: "Cada Marca Territorial es responsable de velar por el uso correcto de la convivencia de la MCTE, la Marca Territorial y la marcada entidad o empresa"

Artículo 26 Rgto. C.G.C.: "La inspección será realizada como proceso complementario a la solicitud de inscripción o en la renovación de la misma, y afectará de manera aleatoria a un muestreo de empresas y entidades certificadas con la Marca Territorial"

Conceptos	<p>Control = Comprobación del buen uso de la marca (admite muestreo)</p> <p>Evaluación = Informe del resultado de los controles</p> <p>Este Indicador pretende determinar si los agentes responsables de la evaluación han llevado a cabo los controles exigidos por la MCT (en su procedimiento interno de gestión y control) y si han presentado los informes de evaluación en cada caso.</p>
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Reglamento de funcionamiento del Órgano de Gestión y Control de la MCT • Cartas Específicas o Reglamentos específicos. • Informes de los agentes responsables de la evaluación de la MCT. • Procedimiento de gestión y control de la MCT. • Listado de los informes de evaluación de productos y servicios, por parte de los agentes responsables de la evaluación, con identificación de las fechas en que se ha emitido cada uno. • Documentos administrativos (actas o informes) que demuestren la realización de actividades de evaluación de los productos y servicios portadores de la Marca Territorial.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 4
Uso de MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 26

El Órgano de Gestión y Control da seguimiento a las evaluaciones

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
		Exigible	UMBRAL
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 1 Pág 3
Principio-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: Igual fundamentación que para el Indicador anterior

Conceptos	<p>Se considera que el Órgano de Gestión y Control da seguimiento a las evaluaciones cuando controla de forma sistemática el cumplimiento de las evaluaciones y la actividad de los agentes responsables de la evaluación.</p> <p>Este Indicador pretende determinar si se puede afirmar que el Órgano de Gestión y Control realiza un seguimiento sistemático del trabajo de los agentes responsables de la evaluación.</p>
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Listado (con fechas) de los diferentes Informes generados por los agentes responsables de la evaluación. Muestreo de informes de los agentes responsables de la evaluación. Evidencia de respuesta del Órgano de Seguimiento y Control a los informes de evaluación.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 4
Uso de MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 27

Las entidades portadoras cumplen los requisitos de Cartas Específicas

Escala: Cuantitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
		Exigible	UMBRAL
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 4
Principio 1 Participación y Transparencia

Texto de la fundamentación: En el proceso de calidad territorial, cada empresario, cada actor y cada estructura es invitada a comprometerse de manera formal con el proceso de desarrollo local y a entrar en una red colectiva con nuevas lógicas de actuación.

Conceptos	<p>Se parte del supuesto de que los informes de las evaluadoras expresan el grado de cumplimiento que las empresas portadoras hacen de los requisitos contenidos en las Cartas Específicas</p> <p>Sobre la base del supuesto anterior, este Indicador pretende determinar el grado de cumplimiento real de los requisitos exigidos en las Cartas Específicas de cada sector. Al aplicar este indicador se pueden detectar dos niveles de incumplimiento en el proceso:</p> <ul style="list-style-type: none"> La empresa / entidad no cumple los requisitos incluidos en las Cartas Específicas. El informe de la evaluadora es positivo a pesar del incumplimiento de las Cartas Específicas por parte de la empresa / entidad.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Cartas Específicas Informes de los agentes responsables de la evaluación Listado de portadores de la MCT, clasificados por sectores Muestreo aleatorio de un cierto número de empresas / entidades
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 4
Uso de MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 28

Se hace un uso gráfico correcto

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	50
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 4 Pág 8
Principio-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: Cada Marca Territorial deberá disponer de una Carta Gráfica que establezca la convivencia de la Marca de Calidad Territorial Europea, la Marca de Calidad del territorio y la de la entidad o empresa, a partir de la cara gráfica de la Marca de Calidad Territorial Europea

Conceptos	La Carta Gráfica regula el uso de la imagen de la MCT. Consta de una imagen genérica o logotipo, protegida por la marca registrada 'X', disponiendo de una tipografía específica y de una gama cromática, así como de reglas precisas de adaptación a todos los soportes de la comunicación y de la comercialización, y obliga a cada lugar, producto, bien o servicio acogido a la misma a que los equipamientos de señalización, la publicidad o cualquier cuestión relacionada con su imagen y promoción se ajusten a ella. Este Indicador pretende evaluar el rigor con que se trata en cada territorio el uso de la imagen individual y común sobre la que descansa la confianza de los consumidores en el proceso MCTE.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Carta Gráfica • Inspección visual por muestreo
Datos para el muestreo (en su caso)	.
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 4
Uso de MCT

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 29

Hay iniciativas en sectores de cultura, patrimonio y núcleos de población

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	50
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Otros Artº -- Pág --
Principio-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: Este indicador no está fundamentado en ningún texto del Reglamento General u otros acuerdos de la Asociación MCTE, pero es consecuencia del espíritu de ese documento y/o se formula por ser conveniente para una mejor implantación de la Marca.

Conceptos	Bienes culturales = manifestaciones y eventos culturales (exposiciones, concursos, eventos artísticos, etc) Patrimonio territorial = activos físicos de interés histórico, cultural o natural (museos, teatros, bosques, lagunas, etc.) Este Indicador pretende identificar y medir que haya alguna iniciativa de la MCT (como mínimo exista su regulación en las Cartas Específicas o en su defecto en la Carta General) en estos sectores y en núcleos de población.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Listado de entidades portadoras, que desarrollen actividades acogidas a la MCT, en los sectores de cultura y patrimonio. • Informe de la entidad gestora de la MCT sobre grado de desarrollo de las actividades en los sectores de cultura y patrimonio. • Documentos que publiquen y difundan la celebración de eventos culturales y/o la puesta en valor de los diferentes patrimonios. • Cartas específicas o Carta General en su defecto que incluyan parámetros de calidad en estos sectores.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 5
Responsabilidad Social

DISCRIMINANTE

Indicador I. 30

El estado del entorno no perjudica la imagen de la MCTE

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto. General MCTE Artº 1 y 2 Pág 3 y 6
Principio 5 Sostenibilidad Cultural y Medioambiental

Texto de la fundamentación: Este Indicador está fundamentado en el Artº 1 y en el principio 5º del Art. 2 del texto del Reglamento General que propicia el desarrollo sostenible y el favorecimiento de la sostenibilidad cultural y medioambiental en los territorios y se formula por ser conveniente para una mejor implantación de la Marca.

Conceptos	<p>Este Indicador pretende tener una herramienta que impida que territorios caracterizados y conocidos desde el punto de vista público por tener actividades de deterioro del entorno perjudiquen globalmente la imagen de todos los territorios de la Red MCT.</p> <p>Este Indicador pretende evitar que aquellos territorios que sean conocidos por su deterioro del entorno, perjudiquen la imagen de calidad del resto de territorios de la Red MCTE.</p> <p>Los territorios que presenten graves problemas ambientales con alarma social incluida pero que hayan tomado los acuerdos, compromisos y acciones correspondientes para paliar los efectos sobre la calidad del entorno, tendrán una consideración positiva a los efectos de este Idicador en el momento de aplicarlo.</p>
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Certificaciones sobre Expedientes sancionadores medioambientales graves desde instancias externas al territorio con gran impacto público. • Evidencias de alarma social o mala imagen generalizada por deterioro del entorno, que deterioran la percepción del consumidor sobre los valores de la MCTE. • Evidencias, en su caso, de los acuerdos, compromisos y acciones adoptadas para paliar los efectos sobre la calidad del entorno. • Evidencias de campañas de información sobre las acciones de recuperación del entorno en los territorios que presenten deterioro.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 5
Responsabilidad Social

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 31

Hay acuerdo contra el deterioro del entorno

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	
	Exigible <th>UMBRAL</th> <td>1</td>	UMBRAL	1
	Intermedio <th>UMBRAL</th> <td>0</td>	UMBRAL	0
	Avanzado <th>UMBRAL</th> <td>0</td>	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Otros Artº 1 y 2 Pág 3 y 6
Principio 5 Sostenibilidad Cultural y Medioambiental

Texto de la fundamentación: Este indicador es consecuencia del Indicador 35 y tiene como fundamentación el mismo texto del I.35.

Conceptos	Este Indicador pretende constatar la existencia de un acuerdo 'formal' y documentado en contra del deterioro del entorno, en sus componentes: medioambiental, artística y cultural.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Carta General (si contiene mención explícita de un acuerdo contra deterioro del entorno). • Plan Estratégico (si contiene mención explícita de un acuerdo contra deterioro del entorno) • Cualquier otro documento administrativo que contenga mención explícita de un acuerdo contra deterioro del entorno (por ejemplo las Agendas 21 Local u otros equivalentes)
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 5
Responsabilidad Social

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 32

Las CCEE definen requisitos
sobre las 3 calidades

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbral de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	50
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 7
Principio 8 Responsabilidad social

Texto de la fundamentación: Garantizar que las empresas y entidades que porten la marca sean socialmente responsables y que sus productos o servicios tienen más allá de los mínimos exigidos por la legislación de aplicación.

Conceptos	<p>La responsabilidad social exige que las empresas y entidades sean económicamente viables, medioambientalmente respetuosas y socialmente comprometidas.</p> <p>Para poder realizar una correcta diferenciación de productos y servicios en base a la calidad, es preciso que los requisitos mínimos estén claramente expuestos en las respectivas Cartas Específicas.</p> <p>Este Indicador pretende determinar si dichos requisitos mínimos relativos a las 3 tipos de calidad (económica, social y ambiental) están claramente contemplados en las Cartas Específicas, si lo están en todas y si son adecuados.</p>
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Listado de todas las Cartas Específicas aprobadas y puestas en marcha en el territorio y de otros documentos relacionados (en su caso Carta General) que incluyan algún parámetro de calidad de algún otro sector. Una de las dos posibilidades siguientes: <ol style="list-style-type: none"> Las Cartas Específicas sectoriales que resulten designadas en el muestreo. Alternativamente: Un Informe sobre la inclusión de los requisitos mínimos (relativos a las 3 calidades) que deben cumplir los productos y servicios en las Cartas Específicas, emitido por la entidad gestora de la MCT. Inspección complementaria, por muestreo, de las Cartas Específicas.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 5
Responsabilidad Social

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 33

Existe Plan de Ordenación del Territorio

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbral de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	1
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto. General MCTE Artº 1 Pág 3
Principio-- No corresponde a ningún Principio

Texto de la fundamentación: Este indicador no está fundamentado en ningún texto concreto del Rgto. General o en otros acuerdos de la Asociación MCTE, pero es consecuencia del espíritu de este documento y/o se formula por ser conveniente para una mejor implantación de la Marca, asociada a los conceptos de calidad territorial y desarrollo sostenible, entendido para el territorio como un equilibrio dinámico, sostenible entre el medio ambiente y las actividades humanas, armonioso y favorable para la salud de las personas.

Conceptos	<p>La existencia de un Plan de Ordenación del Territorio (supramunicipal) es un requisito necesario para aprovechar de la mejor manera posible las fortalezas del territorio en un escenario de competitividad creciente, potenciada por los procesos de globalización económica.</p> <p>Este Indicador pretende determinar si existe un Plan de Ordenación de este tipo.</p>
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Texto de los Planes de Ordenación del Territorio (supramunicipales), si existiese, o evidencia semejante.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 5
Responsabilidad Social

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 34

Existen indicadores de calidad paisaje

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	1

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 1 y 2 Pág 3 y 7
Principio 8 Responsabilidad Social

Texto de la fundamentación: *Este Indicador esta relacionado directamente con el Art. 1 del Reglamento General (desarrollo sostenible) e indirectamente con el siguiente mandato del Art. 2: "Para la calidad ambiental habrá de tenerse en cuenta el ahorro del agua, energía y materias primas, la gestión adecuada de los residuos, la no contaminación, la compra responsable y la integración en el entorno, entre otros aspectos."*

Conceptos	<p>La aplicación de una "estrategia de paisajes" exige el diseño de una batería de indicadores que permitan evaluar, tanto la calidad de los paisajes existentes, como las intervenciones, que mejoran o crean paisajes, así como las que lo deterioran. Solo de esta forma, y tras haber consensado previamente los objetivos en materia de calidad del paisaje, será posible acometer las actuaciones necesarias de protección, gestión y ordenación del paisaje, de acuerdo a las directrices que emanan del Convenio Europeo del Paisaje.</p> <p>Debe entenderse por "estrategia de paisajes", la formulación, por parte de las autoridades públicas, de los principios generales y las estrategias, que permitan la adopción de medidas específicas con vistas a la protección, gestión y ordenación del paisaje, de acuerdo con las directrices que emanan del Convenio Europeo del Paisaje.</p> <p>Este Indicador pretende determinar si existen indicadores de calidad del paisaje y si se encuentran integrados en una estrategia general en esta materia.</p>
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Memorias de aplicación, de ejecución y de seguimiento de la puesta en funcionamiento de indicadores de paisaje. Documentación (memorias, informes, presupuestos, etc.) de la organización de Actividades de sensibilización y formación en este tema. Inventarios de los recursos paisajísticos con identificación y análisis de las actividades de transformación. Actas relativas al control de la evolución del paisaje en el territorio.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 6
Cooperación, solidaridad y transversalidad

DISCRIMINANTE

Indicador I. 35

La MCT es Intersectorial

Escala: Dummy Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 1

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	1
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	0
	Avanzado	UMBRAL	0

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 6
Principio 5 Transversalidad

Texto de la fundamentación: *La transversalidad del proceso es inherente al proceso de desarrollo local. Se apoya en las interacciones entre los diferentes sectores del territorio en un objetivo de complementariedad económico, pero también de coherencia y equilibrio del territorio en términos económico, social, cultural y medioambiental*

Conceptos	El proceso de <i>calidad territorial</i> que lleva asociado cada MCT es de <i>carácter transversal</i> , no siendo específico de un determinado sector o grupo dentro del territorio. Este <i>carácter transversal</i> es el elemento que da coherencia y sostenibilidad a todo el proceso, por lo que la MCT no debe quedar limitada a un único sector, sino que debe tener un <i>carácter intersectorial</i> .
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Cartas específicas de los sectores portadores de la MCT. Listado de sectores en los que hay empresas, actividades o entidades portadoras de la MCT proporcionado por el territorio o por la Asociación Europea de la MCT. Registro de la MCT en clases que afecten a más de un sector del Nomenclátor.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 6
Cooperación, solidaridad y transversalidad

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 36

Existe cooperación intersectorial

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
		Exigible	UMBRAL
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 5
Principio 3 Sinergias entre las organizaciones

Texto de la fundamentación: La obligación de cooperación intersectorial y en red es formalizada en los diferentes documentos establecidos en el proceso de calidad territorial y en los compromisos de los actores. Para crear sinergias entre los diferentes actores, cada territorio pone marcha o crea las condiciones de realización de acciones de cooperación.

Conceptos	<p>Cada territorio debe poner en marcha acciones que movilicen conjuntamente a los actores implicados en el proceso de calidad territorial con el objeto de crear sinergias, que hagan visible colectivamente el valor añadido generado por las actividades transversales del proceso.</p> <p>Este Indicador pretende determinar si se realizan actividades de cooperación (entre empresarios y/u otros agentes) que sirvan de fortalecimiento mutuo y aprovechen las fortalezas propias del territorio.</p>
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Carta General de la MCT • Informe de la entidad gestora de la MCT que identifique las acciones de cooperación realizadas en el territorio. • Alternativamente: Evidencias (registros, publicaciones, etc) de la realización de actividades de cooperación entre actores del territorio.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 5
Cooperación, solidaridad y transversalidad

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 37

Hay alguna red de cooperación pública

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
		Exigible	UMBRAL
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 5
Principio 3 Sinergias entre las organizaciones

Texto de la fundamentación: La obligación de cooperación intersectorial y en red es formalizada en los diferentes documentos establecidos en el proceso de calidad territorial y en los compromisos de los actores. Para crear sinergias entre los diferentes actores, cada territorio pone marcha o crea las condiciones de realización de acciones de cooperación.

Conceptos	<p>La MCT no se limita únicamente al ámbito privado, sino que la implicación en el proceso de calidad territorial de las instancias públicas, a través del desarrollo de su actividad o mediante la puesta en marcha de acciones concretas, más allá de sus obligaciones, se considera básica para lograr la cohesión del territorio.</p> <p>Este Indicador pretende determinar si se realizan actividades de cooperación entre actores públicos del territorio, que no sean para la prestación de los servicios que deben ofrecer los Ayuntamientos, sino en relación con actividades integradas en la estrategia de MCT.</p>
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Informe de la entidad gestora de la MCT que identifique las acciones de cooperación pública realizadas en el territorio. • Alternativamente: Evidencias (registros, publicaciones, etc) de la realización de actividades de cooperación pública en el territorio.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 38

FAMILIA Temática 5

Cooperación, solidaridad y transversalidad

Se realizan acciones de solidaridad

Escala: Cualitativa

Valor Mínimo: 0

Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR

Fundamentado en: Rgto General MCTE Principio 4

Solidaridad

Artº 2 Pág 5

Texto de la fundamentación: *El establecimiento de acciones de solidaridad deber ser un aspecto a potenciar en el proceso de calidad territorial para conseguir un desarrollo equilibrado y compartido entre todos los grupos sociales del territorio"*

Conceptos	<p>La solidaridad es entendida en la MCT como una actitud y una práctica social de los diferentes actores implicados en el proceso, los cuales comparten una serie de valores de respeto y compromiso hacia su territorio. Este tipo de actividades se caracterizan porque existe siempre una relación asimétrica entre actores que implica una donación en beneficio de alguno actor, sin que el actor que la ofrece reciba directamente nada a cambio (a diferencia de las actividades de cooperación que implican flujos relativamente simétricos).</p> <p>Este Indicador pretende identificar, y en su caso cuantificar, las diferentes acciones de solidaridad que se realizan en el territorio.</p>
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Informe de la entidad gestora de la MCT que identifique las acciones de solidaridad realizadas en el territorio. Alternativamente: Evidencias (registros, publicaciones, etc) de la realización de actividades de solidaridad en el territorio.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 39

FAMILIA Temática 2

Cooperación, solidaridad y transversalidad

Formación - Animación

Escala: Cualitativa

Valor Mínimo: 0

Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	50
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR

Fundamentado en: Rgto General MCTE Principio 5

Cooperación, transversalidad, solidaridad

Artº 2 Pág 6

Texto de la fundamentación: *"Favorecer la emergencia y sostenibilidad del proceso de calidad transversal para el conjunto de los productos y servicios de cada uno de los territorios"*

"Cada territorio pone en marcha....acciones que movilizan el conjunto de los actores,..... formaciones trans-disciplinarias de técnicos y empresarios..."

Conceptos	<p>Con este indicador se pretende medir en qué medida cada Marca de Calidad Territorial favorece acciones de formación y animación en su territorio de aplicación.</p> <p>Las acciones formativas permiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> Encontrar otros profesionales comprometidos con la calidad territorial para que cada uno esté en condiciones de proponer los productos de otros beneficiarios Profundizar en el conocimiento del territorio y su cultura. Mejorar la calidad de los productos y prestaciones en los servicios, perfeccionando los "savoir-faire" e incluyendo los valores del desarrollo sostenible en la gestión de las empresas. <p>La animación, en una óptica de trabajo en red, debe permitir aconsejar a los beneficiarios y usuarios de la Marca, sobre sus diversas dimensiones cualitativas y valores transversales.</p>
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	<p><u>Nivel Exigible:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Existencia de un Plan de formación dirigido a varios sectores, que asegure tanto la formación como la animación del conjunto de los actores del territorio. <p><u>Nivel Intermedio / Avanzado:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Más de 3 temas de formación propuestos en el Plan de formación.
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Plan de formación y registros de realización de las acciones formativas.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

FAMILIA Temática 5

Cooperación, solidaridad y transversalidad

PERFECCIONAMIENTO

Indicador I. 40

Respuesta a nuevas demandas de los consumidores

Escala: Cualitativa Valor Mínimo: 0 Valor Máximo: 100

Niveles del INDICADOR y Umbrales de logro por nivel	Imprescindible	UMBRAL	0
	Exigible	UMBRAL	0
	Intermedio	UMBRAL	50
	Avanzado	UMBRAL	75

Fundamentos del INDICADOR Fundamentado en: Rgto General MCTE Artº 2 Pág 7 Principio 7 Nuevas demandas

Texto de la fundamentación: *Responder a las nuevas demandas de los consumidores y usuarios*

Conceptos	Este Indicador pretende identificar si se están llevando acciones encaminadas a favorecer los intercambios entre el medio rural y urbano, buscando el equilibrio entre las opciones de producción y las opciones de consumo y la coherencia entre la imagen del territorio y las nuevas demandas de orden ético de los consumidores.
Fórmulas de cálculo o diseño de escala cualitativa	
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> Informe de la entidad gestora de la MCT que identifique las acciones de solidaridad realizadas en el territorio. Alternativamente: Evidencias (registros, publicaciones, etc) de la realización de actividades de solidaridad en el territorio.
Datos para el muestreo (en su caso)	
Comentarios de evaluación y Notas complementarias	

5. Resumen de Indicadores agrupados por Familias

Nº IND	Objeto del INDICADOR	Familia	Escala (*)	I. DISCRIMINANTE		INDICADOR PERFECCIONAMIENTO			DE		Máximo	Mínimo	Umb Imp	Umb Exig	Umb Intr	Umb Avanz
				Imprescindible	Exigible	Exigible	Intermedio	Avanzado								
1	Territorio natural, histórico o administrativo	1	D	SI	NO	NO	NO	NO	NO	0	1	1				
2	Dimensión del Territorio	1	D	SI	NO	NO	NO	NO	NO	0	1	1				
3	Carácter rural	1	D	SI	NO	NO	NO	NO	NO	0	1	1				
4	Identidad	1	L	NO	NO	SI	SI	SI	SI	0	100	50				75
5	Existe un Diagnóstico reciente	2	D	SI	NO	NO	NO	NO	NO	0	1	1				
6	El Diagnóstico es reciente	2	D	NO	SI	NO	NO	NO	NO	0	1	1				
7	Existe Plan Estratégico	2	D	SI	NO	NO	NO	NO	NO	0	1	1				
8	Existe un Órgano de Seguimiento del Plan Estratégico	2	D	NO	SI	NO	NO	NO	NO	0	1	1				
9	El proyecto de desarrollo es participativo	2	L	NO	SI	SI	SI	SI	SI	0	100	50				75
10	La MCT como eje del proyecto de desarrollo	2	D	NO	SI	NO	NO	NO	NO	0	1	1				
11	Gobernanza	2	L	NO	NO	SI	SI	SI	SI	0	100	50				75
12	Hay campañas para la apropiación	2	L	NO	SI	SI	SI	SI	SI	0	100	50				75
13	Partenariado público-privado.	2	D	NO	SI	SI	NO	NO	NO	0	1	1				
14	Hay criterios de igualdad de oportunidades y cohesión	2	L	NO	SI	SI	SI	SI	SI	0	100	50				75
15	La MCT está registrada	3	D	SI	NO	NO	NO	NO	NO	0	1	1				
16	Existe Carta General	3	D	SI	NO	NO	NO	NO	NO	0	1	1				
17	Carta General acorde con el Reglamento Europeo	3	L	NO	SI	NO	NO	NO	NO	0	100	50				

N° IND	Objeto del INDICADOR	Familia	Escala (*)	I. DISCRIMINANTE Imprescindible	INDICADOR PERFECCIONAMIENTO		DE Avanzado	Mini mo	Máxi mo	Umb Imp	Umb Exig	Umb Intr	Umb Avnz
					Exigible	Intermedio							
18	Se dispone de aval de expertos	3	D	NO	NO	NO	SI	0	1				1
19	Existe Órgano de Gestión y Control y tiene Reglamento	3	D	NO	SI	NO	NO	0	1		1		
20	El Órgano de Gestión y Control es representativo.	3	L	NO	NO	SI	SI	0	100			50	75
21	Hay Cartas Especificas para todos los productos y servicios con MCT	3	D	NO	SI			0	1		1		
22	Existe Carta Grafica	3	D	NO	SI	NO	NO	0	1		1		
23	Existe procedimiento de implantación y evaluación	3	D	NO	SI	NO	NO	0	1		1		
24	Hay separación de las funciones técnicas y políticas	3	L	NO	NO	SI	SI	0	100			50	75
25	Se realiza evaluación y control de los portadores de la MCT	4	N	SI	NO	NO	NO	0	1	1			
26	El Órgano de Gestión y Control da seguimiento a evaluaciones de productos	4	D	NO	SI	NO	NO	0	1		1		
27	Las entidades cumplen los requisitos de las Cartas Especificas	4	N	NO	SI	SI	SI	0	100		50	50	75
28	Se hace uso grafico correcto	4	L	NO	SI	SI	SI	0	100		50	50	75
29	Hay iniciativas en sectores de cultura, patrimonio y núcleos de población	4	L	NO	SI	SI	SI	0	100		50	50	75

N° IND	Objeto del INDICADOR	Familia	Escala (*)	I. DISCRIMINANTE Imprescindible	INDICADOR PERFECCIONAMIENTO		DE Avanzado	Mini mo	Máxi mo	Umb Imp	Umb Exig	Umb Intr	Umb Avnz
					Exigible	Intermedio							
30	El estado del entorno no perjudica la imagen de la MCTE	5	D	SI	NO	NO	NO	0	1	1			
31	Hay acuerdo contra deterioro del entorno	5	D	NO	SI	NO	NO	0	1		1		
32	Las CCEE definen requisitos sobre las 3 calidades	5	D	NO	SI	NO	NO	0	1		1		
33	Existe Plan de Ordenación del Territorio	5	D	NO	NO	SI	NO	0	1			1	
34	Existen indicadores de calidad paisaje	5	D	NO	NO	NO	SI	0	1				1
35	La MCT es intersectorial	6	D	SI	NO	NO	NO	0	1	1			
36	Existe cooperación intersectorial	6	L	NO	NO	SI	SI	0	100			50	75
37	Existe alguna red de cooperación pública	6	L	NO	NO	SI	SI	0	100			50	75
38	Se realizan acciones de solidaridad	6	L	NO	NO	SI	SI	0	100			50	75
39	Formación - Animación	6	L	NO	SI	SI	SI	0	100		50	50	75
40	Respuesta a nuevas demandas de los consumidores	6	L	NO	NO	SI	SI	0	100			50	75

D = Escala Dummy; L = Escala Cualitativa; N = Escala Cuantitativa.

■ = Logro Imprescindible; ■ = Logro Exigible; ■ = Logro Intermedio; ■ = Logro Avanzado



MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL EUROPEA
CALIDAD RURAL®

PROTOCOLO
DEL PROCESO
DE EVALUACIÓN

MEMORIA
INICIAL

MEMORIA
COMPLEMENTARIA

Procedimiento de Acreditación de las Marcas Territoriales *locales*

Protocolo del Proceso de Evaluación v. 2010



AMCTE-UCO: Procedimiento de Acreditación de las Marcas Territoriales *locales*



Proyecto de Cooperación:
**"Calidad Rural, una etiqueta para la
Calidad Territorial"**

Nº de expediente:
20095110501000024

Grupo Coordinador:
CEDER Valle del Ese-Entrecabos

Para contactar con la Unidad de Evaluación:

Proyecto Evaluación MCTE
Programa de Postgrado en Desarrollo Rural
Universidad de Córdoba
Campus de Rabanales
Edificio Gregor Mendel (3ª Planta)
14014 Córdoba

E-mail: evaluacionmcte@uco.es
Telf.: 957 21 8422 / 8468
Fax: 957 21 8539



CONTENIDO

Introducción	2
Metodología de Evaluación	4
Proceso de Evaluación	9
Calendario de Evaluación	19
Unidad de Evaluación	22
Glosario de Términos	23

IMPORTANTE

Se recomienda leer detenidamente toda la información contenida en este Protocolo antes de iniciar el primer Paso para la Evaluación de la Marca Territorial local de la que es responsable.

En caso de tener alguna duda sobre cualquier aspecto del Proceso de Evaluación y Acreditación, la Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea y la Unidad de Evaluación están a su disposición para cualquier aclaración que necesite.



INTRODUCCIÓN

La Marca de Calidad Territorial Europea *Calidad Rural*[®] como elemento de potenciación y unificación de las marcas territoriales rurales

La gran proliferación de marcas territoriales en los últimos años, la heterogeneidad de los requisitos de calidad exigidos por las mismas, y la pequeña escala de producción y distribución de las empresas y entidades portadoras de estas marcas, son un factor limitante para que este instrumento alcance los objetivos para los que ha sido diseñado. Por ello, sistematización, homogeneización y transparencia son exigencias para que la Marca de Calidad Territorial Europea tenga el éxito que persigue, como marca paraguas.

Con el fin de superar las dificultades derivadas de la proliferación de marcas territoriales y otros instrumentos de garantía de calidad, se creó la Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea (en adelante AMCTE), así como la **marca común** o "**marca paraguas**" de Calidad Territorial Europea *Calidad Rural*[®]. Esta marca se registró en la Oficina de Armonización del Mercado Interior de la Unión Europea el 2 de mayo de 2007 con el número de Registro 004657003.


La marca común *Calidad Rural*[®] tiene como objetivo fortalecer y facilitar la visualización de un contrato de confianza entre consumidores, usuarios y portadores de la marca. De esta forma, esta marca común es una **estrategia** para alcanzar la



masa crítica necesaria para que los productos y servicios identificados con ella se sitúen convenientemente en los mercados en condiciones de mantener y fortalecer su presencia con el paso del tiempo.

Pero este objetivo no será posible hasta que los consumidores comprendan que los portadores de las distintas Marcas Territoriales *locales* comparten unos principios comunes y garantizan unos criterios de calidad igualmente comunes.

Desde este punto de vista la Marca de Calidad Territorial Europea (MCTE) *Calidad Rural*[®] es la evidencia de un **contrato basado en valores** entre gestores, empresas, entidades y personas que trabajan en el territorio, y los consumidores y usuarios que adquieren los productos y servicios ofrecidos por los anteriores. Como ocurre con cualquier contrato las relaciones entre las partes no serían posibles si no existiera **confianza** entre ellas. De esta forma la marca común *Calidad Rural*[®] es la expresión formal de ese contrato basado en valores, y por ello necesita generar en los consumidores y usuarios una confianza que solo es posible si la forma en que se otorgan las marcas es objetiva, rigurosa, transparente e independiente.


Una Metodología de Evaluación para homogeneizar y sistematizar el Procedimiento de Acreditación y concesión de la marca *Calidad Rural*®

La AMCTE ha encargado al equipo de investigadores vinculados al Programa Oficial de Postgrado en Desarrollo Rural del Departamento de Economía Agraria de la Universidad de Córdoba (UCO) la elaboración de la Metodología de Evaluación. El Equipo de la UCO ha incorporado en la Metodología de Evaluación los comentarios y aportaciones de técnicos y gerentes de una serie de territorios implicados en el Proyecto.

Posteriormente, y tras haber sometido la Metodología a una validación previa por parte del Comité de Gestión y Control en la reunión de Olot en junio de 2008, la Asamblea General de la AMCTE, celebrada el 12 de diciembre de 2008, decidió por unanimidad utilizarla para llevar a cabo el Procedimiento de Evaluación y Acreditación de las **Marcas Territoriales locales** que opten al uso de la marca común **Calidad Rural**® por un periodo renovable de 3 años.

Para aplicar la Metodología y realizar la evaluación en España la AMCTE decidió, en su reunión del 12 de diciembre de 2008, encargar esta tarea al mismo equipo de la UCO, que ha elaborado la Metodología de Evaluación y que ostenta la propiedad intelectual de la misma. De esta forma, dicho equipo coordinado por el Prof. Eduardo RAMOS es la **Unidad de Evaluación** española, y tiene el encargo de aplicar esta Metodología tanto a las Marcas Territoriales *locales* fundadoras como a las que han iniciado el proceso para poder utilizar la marca *Calidad Rural*® y a las que han solicitado acceder a la Red en una fase posterior (adquisición de capacidades).

En la misma reunión de la Asamblea General también se acordó que la Universidad de Córdoba fuera la coordinadora de la Red Europea de Universidades encargadas del Procedimiento de Evaluación en cada uno de los países integrantes del Proyecto de Marca de Calidad Territorial Europea.

En este Protocolo se detallan los Pasos necesarios para evaluar y en su caso acreditar las Marcas Territoriales *locales*, lo que constituye una pieza fundamental del proceso de construcción de la confianza de consumidores y usuarios. En la exposición de las distintas actividades vinculadas a la Evaluación se detallarán los documentos y evidencias necesarios, así como el papel que deben desempeñar cada una de los actores que tienen una responsabilidad concreta en cada Paso.

Solo podrán ser portadores, y por tanto beneficiarios de esta co-etiqueta, los territorios que así lo soliciten y que cuenten previamente con una Marca de Calidad Territorial *local* basada (en su diseño y funcionamiento) en los fundamentos, valores y principios del Reglamento General de la AMCTE, y que demuestren que los requisitos que exigen para otorgar la Marca Territorial *local* son acordes con los establecidos por la AMCTE para la marca común.

En este Protocolo se han representado con iconos los tres actores principales que intervienen en el Proceso de Evaluación, de la forma que aparece a continuación:



Marca Territorial *local*



Unidad de Evaluación



AMCTE



METODOLOGÍA de EVALUACIÓN

Una Metodología, ¿para qué?

La Metodología está diseñada para evaluar hasta qué punto una Marca Territorial *local* responde a los principios y cumple con los requisitos contemplados en el Reglamento General y en otros acuerdos de la AMCTE.

8 PRINCIPIOS de la MCTE

Cooperación - Solidaridad - Participación

Igualdad de Oportunidades - Compromiso

Sinergias - Autenticidad - Responsabilidad Social

Esta Metodología tiene un objetivo principal y un objetivo complementario:

ACREDITACIÓN

(Objetivo Principal)

Acreditar a aquellas Marcas Territoriales *locales* que hayan demostrado que cumplen debidamente las exigencias que ha establecido la AMCTE para conceder el derecho a usar la Marca Europea de Calidad Territorial *Calidad Rural*®.

IDENTIFICACIÓN DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES

(Objetivo Complementario)

Identificar las fortalezas y debilidades de cada Marca Territorial *local*. Apoyarse en las fortalezas para progresar hacia la excelencia es la mejor forma de establecer un código de buenas prácticas (*benchmarking*) entre los diferentes territorios vinculados al Proyecto MCTE.

¿Cómo se aplica la Metodología?

La Acreditación para obtener el derecho a utilizar la marca común se basa en el resultado de la Evaluación de cada Marca Territorial *local* mediante la aplicación de esta Metodología. Esta Evaluación consiste en comparar el nivel de logro que reflejan los indicadores de cada Marca Territorial *local* con el umbral mínimo requerido por la AMCTE.

Esta Metodología está integrada por una Batería de **40 indicadores** que evalúan seis aspectos (**Familias o Ejes Temáticos**) relacionados con cada una de las marcas y su uso como estrategia de desarrollo:

- 1) Territorio
- 2) Proyecto de Desarrollo
- 3) La Marca de Calidad Territorial
- 4) Uso de la Marca de Calidad Territorial
- 5) Responsabilidad Social
- 6) Cooperación, Solidaridad y Transversalidad.

Cada indicador se ha concebido para medir el **nivel de logro** y compararlo con el umbral mínimo exigido. Esta medición se repite en cada uno de los elementos en los que centra su atención la AMCTE para conceder el derecho de uso de la marca común.

La Batería de indicadores está organizada en 2 **grupos**:

- Indicadores para la Acreditación: Indicadores de Cumplimiento Obligatorio (10+16 = 26)
- Indicadores para la Mejora: Resto de indicadores

La Metodología incluye 10 Indicadores de Cumplimiento Obligatorio Inmediato (*Decálogo Discriminante*), que constituyen una lista de comprobación de elementos fundamentales de calidad territorial. Se trata de requisitos esenciales para que una marca sea acreditada y toman valores **SI/NO**. El resto de indicadores adoptarán valores entre 0-100 tal como se detalla más adelante.

La ventaja de usar una escala unificada para todos los indicadores es que permite sistematizar y sintetizar el resultado de los diferentes criterios cualitativos y cuantitativos utilizados en cada evaluación y entre las distintas evaluaciones.



La Batería de indicadores utilizados en la Metodología determina en qué medida cada Marca Territorial *local* cumple (y en qué grado) los requisitos acordados por la AMCTE.

¿Qué tipos de Indicadores?, ¿Todos obligatorios?

INDICADORES PARA LA ACREDITACIÓN

Los Indicadores para la Acreditación son de dos tipos: los que sirven para evidenciar que la Marca Territorial *local* cumple con los requisitos exigidos en ese tema en el momento de la Evaluación (**Cumplimiento Inmediato**) y los de **Cumplimiento Aplazado**.

Cumplimiento Inmediato

Se trata de 10 indicadores (*Decálogo Discriminante*) a modo de *check-list* cuyo cumplimiento es **Imprescindible** en el momento de realizarse la Evaluación; basta que no se alcance el nivel exigido en solo 1 de estos 10 indicadores para que la Marca Territorial *local* no pueda utilizar la marca común *Calidad Rural*®.

Cada uno de estos indicadores puede adoptar sólo 2 valores: **SI** (se ha alcanzado o superado el nivel mínimo exigido) y **NO** (no se ha alcanzado ese nivel mínimo).

Cumplimiento Aplazado

Estos indicadores evalúan el nivel de logro alcanzado por cada Marca Territorial *local* en una serie de aspectos. El cumplimiento de estos aspectos **Exigibles** puede ser demostrado en un momento posterior al de la Evaluación, quedando indicado el plazo para ello en el correspondiente Informe de Evaluación. El nivel de logro exigible en cada uno de los indicadores de este grupo es de al menos 50 puntos, considerándose que no se ha cumplido esta exigencia si se obtiene una puntuación inferior. En el caso de no alcanzarse los 50 puntos, la Marca Territorial *local* deberá acometer una serie de medidas correctoras en el plazo otorgado por la AMCTE.

Obligatorios

INDICADORES PARA LA MEJORA

Estos indicadores se han diseñado para identificar las buenas prácticas mediante un *benchmarking* de las Marcas Territoriales *locales*, así como para identificar aquellos aspectos que necesitan ser mejorados. Son indicadores diseñados para facilitar el camino hacia la *excelencia*, y por eso su cumplimiento no es necesario para usar la marca común, pero ayudan a mejorar la credibilidad del Proyecto en su conjunto.

Los valores de estos indicadores serán siempre superiores a 50 puntos, indicando con ello que sobrepasan los mínimos exigidos para el uso de la marca común *Calidad Rural*®. Cuando el valor de estos indicadores se encuentre entre 50 y 75 se hablará de que se ha alcanzado un nivel de logro **Intermedio**. En el caso de obtener valores entre 75 y 100 puntos se calificará como **Avanzado** el nivel de logro medido por el indicador correspondiente.

Voluntarios

Cuadro resumen de Indicadores

TIPO DE INDICADOR

INDICADORES PARA LA ACREDITACIÓN (10 + 16 = 26)

OBJETIVO DEL INDICADOR	¿ES OBLIGATORIO?	¿CUÁNDO SE DEMUESTRA EL LOGRO?	TIPO DE LOGRO	VALOR DEL INDICADOR
ACREDITACIÓN MARCA TERRITORIAL <i>local</i>	SI	FASE I EVALUACIÓN DISCRIMINANTE FASE II EVALUACIÓN COMPLEMENTARIA O PLAZO MEDIDAS CORRECTORAS	IMPRESCINDIBLE EXIGIBLE	SI / NO <50 NO ALCANZADO EL NIVEL EXIGIBLE ≥50 ALCANZADO EL NIVEL EXIGIBLE

TIPO DE INDICADOR

INDICADORES PARA LA MEJORA

OBJETIVO DEL INDICADOR	¿ES OBLIGATORIO?	¿CUÁNDO SE DEMUESTRA EL LOGRO?	TIPO DE LOGRO	VALOR DEL INDICADOR
IDENTIFICACIÓN FORTALEZAS Y DEBILIDADES	NO	FASE II: EVALUACIÓN COMPLEMENTARIA	INTERMEDIO AVANZADO	50-75 75-100

¿Cómo se va a medir el nivel de logro alcanzado en cada Indicador?

Para aplicar la Metodología los responsables de cada Marca Territorial *local* deberán elaborar una Memoria Inicial y una Memoria Complementaria, en su caso. Junto a la elaboración de estas dos Memorias cada Marca Territorial *local* presentará las evidencias necesarias para su Evaluación. Para facilitar la labor de elaboración de estas Memorias, la Unidad de Evaluación remitirá a lo responsables de cada Marca Territorial *local* una *Plantilla* (o Memoria en blanco) de cada tipo. Estas *Plantillas* son formularios en los que se hacen preguntas y se solicitan evidencias para apoyar las respuestas. Junto con el envío de las *Plantillas*, la Unidad de Evaluación podrá solicitar información adicional y, en caso de ser necesario, llevará a cabo una recogida de evidencias complementarias por muestreo durante las visitas al terreno, para determinar el nivel de logro alcanzado en cada indicador.

Las *Plantillas* son una ayuda para elaborar las diferentes memorias y recopilar las evidencias que requiere el cálculo del valor de cada indicador. Por **evidencias** se entienden: todos aquellos registros, declaraciones de hechos, datos de muestreo o cualquier otra información que sea pertinente para los criterios de evaluación y siempre que sean objetivamente verificables.

La Unidad de Evaluación revisará y valorará tanto la cantidad y calidad de las evidencias presentadas como la pertinencia de las mismas.

Con objeto de garantizar la transparencia del Proceso, cada Marca Territorial *local* recibirá las *Plantillas* con la antelación necesaria para recopilar las evidencias correspondientes en cada Fase del Proceso de Evaluación.

Como resultado de los valores de los distintos indicadores, cada Marca Territorial *local* obtendrá una puntuación total que sintetizará su nivel de logro frente a las exigencias de la AMCTE, así como sus principales fortalezas y debilidades y, en consecuencia, se determinará si procede o no proponer su acreditación para usar la MCTE *Calidad Rural*®.

Resumiendo

La Metodología de Evaluación se basa en la comprobación del nivel del logro alcanzado por cada Marca Territorial *local* en los aspectos establecidos por la AMCTE. Para ello, se utilizan 2 grupos de indicadores acordes con los objetivos que persigue la Metodología: 1) Acreditar cada Marca Territorial *local* (Objetivo Principal) mediante indicadores de cumplimiento obligatorio; y 2) Determinar puntos fuertes y áreas de mejora (Objetivo Complementario) con Indicadores para la Mejora.

Para comprobar el nivel de logro en cada indicador la Unidad de Evaluación realizará una serie de preguntas y recopilará datos y evidencias a fin de establecer el valor de cada indicador y verificar si alcanza o no el umbral mínimo exigido por la AMCTE. La aportación de evidencias que garanticen el cumplimiento podrá realizarse en diferentes momentos a lo largo del Proceso según el tipo de indicador. El resultado podrá ser:

- 1) Evaluación Negativa → No puede utilizar la marca común *Calidad Rural*®.
- 2) Evaluación Favorable Absoluta → Puede utilizar la marca común por un periodo renovable de 3 años.
- 3) Evaluación Favorable Condicionada → Puede utilizar la marca común pero de forma provisional hasta que demuestre que se han acometido las medidas correctoras indicadas, en un plazo no superior a 1 año, para poder seguir utilizándola durante otros 2 años.

PROCESO DE EVALUACIÓN



El Proceso de Evaluación es la secuencia de Fases (actividades y flujos de información) que se van a acometer para evaluar el nivel de logro alcanzado por la Marca Territorial local y, en su caso, acreditarla para que pueda utilizar la marca común

Este Proceso se basa en la aplicación de la Metodología de Evaluación aprobada por la Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea y consta de 3 Fases divididas en una serie de Pasos.

En cada uno de los Pasos de este Proceso, los diferentes actores (entidades o personas físicas) involucrados deberán actuar de forma coordinada y comprometida con la Evaluación. Los actores implicados en el Proceso son:

- Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea.
- Unidad de Evaluación.
- Marcas Territoriales *locales*, y en el seno de las mismas las personas físicas que se mencionan a continuación:
 - Presidente de la entidad propietaria de la Marca Territorial *local*.
 - Gerente de la entidad propietaria de la Marca Territorial *local*.
 - Técnicos involucrados en la gestión y uso de la Marca Territorial *local*.

La Evaluación de las Marcas Territoriales *locales* se basará en la Metodología aprobada por la AMCTE y se apoyará en una serie de evidencias que deben ser aportadas por las Marcas Territoriales *locales* a petición de la Unidad de Evaluación, mediante las Memorias Inicial y Complementaria o por otros procedimientos adicionales, en su caso.

Cada una de estas evidencias, así como otros datos recabados por la Unidad de Evaluación, son los datos en que se basará el Proceso de Evaluación. Es importante señalar que aquellos logros de una Marca Territorial *local* que no se hayan presentado mediante evidencias NO serán considerados para la Evaluación.

La comprobación y valoración de estas evidencias es la actividad central del Proceso de Evaluación y dará lugar a distintos resultados y productos de la Evaluación.

Las 3 Fases del Proceso de Evaluación

FASE I: Evaluación Discriminante

Durante esta Fase se lleva a cabo la medición de los logros de **cumplimiento obligatorio inmediato** en el momento de la Evaluación (*Decálogo Discriminante*).

La **Memoria Inicial** es la herramienta que se utiliza para medir el nivel de logro con respecto al umbral mínimo exigido.

Basta tener en rojo el "semáforo" de uno de los indicadores de obligado cumplimiento para no tener el derecho de usar la marca común.

¿Supera el umbral mínimo en todos los Discriminantes?

SÍ

En todos

NO

En alguno



Pasa a la Fase siguiente

Sale del Proceso

FASE II: Evaluación Complementaria

Durante esta Fase se lleva a cabo la medición de los logros obligatorios de **cumplimiento aplazado (exigibles)** y de otros logros de tipo voluntario (*intermedios y avanzados*). La herramienta básica de esta Fase es la **Memoria Complementaria**.

¿Supera el umbral mínimo en los Exigibles?

SÍ

En todos

NO

En alguno



Evaluación Favorable Absoluta

Evaluación Favorable Condicionada

FASE III: Evaluación Global

El resultado es el Informe Final de Evaluación con la recomendación de Acreditación o no, que será comunicado a la AMCTE.

¿Se recomienda la Acreditación?

SÍ

(Sin condiciones)

SÍ

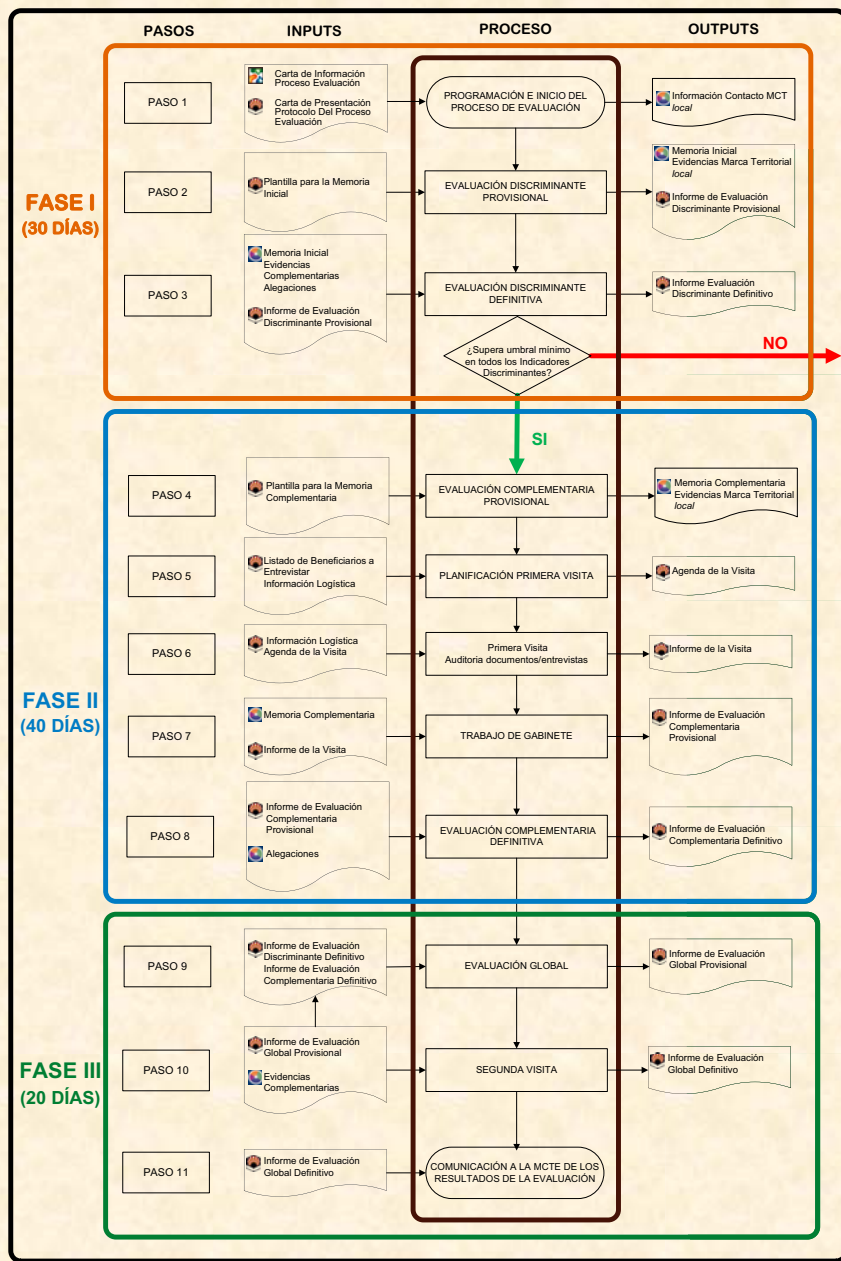
(Con condiciones)



Validez por 3 años

1 año - Medidas Correctoras

El Proceso de Evaluación Paso a Paso



Empieza la Evaluación, ...



PASO 1: Programación e Inicio del Proceso de Evaluación

La Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea enviará a la Marca Territorial local que haya solicitado el uso de la marca común *Calidad Rural*® una carta con información general sobre el Proceso de Evaluación en el que se verá implicado. Complementariamente, la AMCTE suministrará a la Unidad de Evaluación información previa sobre la Marca Territorial local a evaluar.

En este paso se acordarán los datos de contacto para la evaluación a las Marcas Territoriales locales. Cada Marca Territorial local deberá identificar a una persona de contacto permanente.

El Proceso de Evaluación propiamente dicho no comenzará hasta que la Unidad de Evaluación envíe a la Marca Territorial local una Carta de Presentación y el Protocolo de Evaluación con el Calendario de Evaluación. La recepción de estos documentos por parte de la Marca Territorial local (fecha del acuse de recibo) marcará el inicio de su Proceso de Evaluación (ver Calendario Fase I)



PASOS 2 y 3: Evaluación Discriminante

La *Plantilla* para la elaboración de la Memoria Inicial será enviada en formato electrónico por e-mail y correo postal a los gestores de la Marca Territorial *local*. Ésta servirá de base para que la Marca Territorial *local* elabore su Memoria Inicial, recopilando toda la información necesaria para medir el nivel de logro de los Indicadores de Cumplimiento Obligatorio Inmediato (*Decálogo Discriminante*).

Los gestores de cada Marca Territorial *local* dispondrán de un periodo máximo de **15 días** para elaborar la Memoria Inicial y enviarla a la Unidad de Evaluación. Este envío debe hacerse por correo electrónico y por correo postal (firmada en cada una de las páginas por el responsable de su cumplimentación), junto con las evidencias correspondientes. Durante este periodo la Marca Territorial *local* podrá plantear a la Unidad de Evaluación todas las preguntas y aclaraciones que estime conveniente. Del mismo modo, la Unidad de Evaluación podrá solicitar evidencias complementarias si así lo considerara.

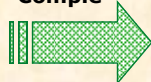
Una vez recibida la Memoria Inicial, la Unidad de Evaluación dispondrá de **10 días** para revisarla y emitir el Informe de Evaluación Discriminante Provisional. Transcurrido dicho plazo, el Informe será remitido a la Marca Territorial *local*, estableciéndose un máximo de **5 días** para que ésta exprese por escrito su conformidad con dicho Informe o realice las alegaciones pertinentes.

Finalizado este plazo la Unidad de Evaluación revisará las alegacio-



nes presentadas, si las hubiera, y emitirá el Informe de Evaluación Discriminante Definitivo. Si el resultado obtenido por la Marca Territorial *local* en alguno de los indicadores del *Decálogo Discriminante* fuese menor al umbral mínimo exigido, el Informe será negativo y no pasará a la siguiente Fase. Por consiguiente, la decisión de la AMCTE será que la Marca Territorial *local* no podrá utilizar la marca común. Además no podrá volver a solicitar una nueva evaluación hasta un año después.

Si el Informe de Evaluación Discriminante Definitivo fuese positivo se continuará con la Fase II del Proceso: **Evaluación Complementaria**.



PASO 4: Evaluación Complementaria Provisional

Tras la emisión del Informe favorable de Evaluación Discriminante, la Unidad de Evaluación enviará a la Marca Territorial *local* la *Plantilla* para la elaboración de la Memoria Complementaria.

El objetivo fundamental en este Paso es recopilar información y agrupar el máximo de evidencias posible que ayuden a programar y desarrollar la visita de terreno durante la cual se medirá el logro de la Marca Territorial *local* en cada indicador.

En esta *Plantilla* se incluyen por un lado los Indicadores *Exigibles*, cuyo obligado cumplimiento se puede evidenciar en un momento posterior a la Evaluación. Por otro lado, recoge información de los Indicadores para la Mejora, los cuales expresan las principales fortalezas de cada Marca Territorial *local* y su posición relativa en su camino a la excelencia.

La Marca Territorial *local* dispondrá de un periodo máximo de **15 días** para elaborar la Memoria Complementaria y para recopilar las evidencias correspondientes. Esta Memoria (junto con el máximo de evidencias posible) deberá enviarse por correo electrónico y correo postal certificado a la Unidad de Evaluación.

Durante este periodo la Marca Territorial *local* podrá plantear todas las preguntas y aclaraciones que estime pertinentes.

Una vez recibida la Memoria Complementaria, la Unidad de Evaluación entrará en contacto con la Marca Territorial *local* a fin de fijar el calendario detallado de la visita y el plan de entrevistas a realizar.

Las evidencias que no sean enviadas con la Memoria Complementaria podrán ser aportadas por la Marca Territorial *local* durante la visita de terreno. Al igual que en cualquier evaluación de esta naturaleza, las evidencias no presentadas en una u otra ocasión no serán tenidas en cuenta en el informe correspondiente.



PASO 5: Planificación de la primera Visita

Una vez que la Unidad de Evaluación haya recibido la Memoria Complementaria se iniciará la programación de la visita de terreno. Para ello, la Unidad de Evaluación enviará a la Marca Territorial *local* el listado de entidades, empresas y/o personas que considera necesario entrevistar, a fin de programar la agenda de la visita.

Complementariamente, la Unidad de Evaluación realizará una auditoría de documentos a partir

de las evidencias aportadas, con objeto de dedicar la visita de terreno a las entrevistas y a aclarar aspectos necesarios para la medición del logro en los diferentes indicadores.

La duración máxima de este Paso, desde que la Unidad de Evaluación recibe la Memoria Complementaria hasta que se inicia la visita de terreno, será de **5 días**.



PASO 6: 1ª Visita de Terreno

La primera visita de terreno tendrá una duración aproximada de **5 días**, dependiendo de la Marca Territorial *local* a evaluar. Durante esta visita en terreno se llevarán a cabo:

1. Auditoría de los documentos requeridos. La Unidad de Evaluación completará la revisión de documentos realizada en el Paso anterior.
2. Entrevistas a entidades, empresas y/o personas involucradas en el proceso de calidad territorial.
3. Preevaluación en terreno en una reunión final con los gestores de la Marca Territorial *local*.



Como resultado de la visita la Unidad de Evaluación emitirá un Informe de la Visita (que recogerá la información necesaria para medir el nivel de logro en los Indicadores *Exigibles* y en los Indicadores para la Mejora), que será fundamental a la hora de emitir el Informe de Evaluación Complementaria.



PASOS 7 y 8: Trabajo de Gabinete y Evaluación Complementaria Definitiva

Tras la finalización de la primera visita la Unidad de Evaluación realizará un trabajo de equipo (**10 días**) para medir y puntuar los indicadores a partir de la información recogida durante la misma y las evidencias aportadas por la Marca Territorial *local* en la Memoria Complementaria y durante la visita de los evaluadores. Como resultado emitirá un Informe de Evaluación Complementaria Provisional.

Este informe será enviado a la Marca Territorial *local*, abriéndose un periodo máximo de **5 días** para expresar su conformidad o posibles alegaciones. Tras este plazo, la Unidad de Evaluación modificará y/o ratificará el Informe de Evaluación Complementaria Provisional, obteniéndose el **Informe de Evaluación Complementaria Definitivo**, que dará paso a la Fase III: Evaluación Global.



PASOS 9 y 10: Evaluación Global y 2ª Visita



La Unidad de Evaluación, tras la revisión del Informe de Evaluación Discriminante Definitivo y el Informe de Evaluación Complementaria Definitivo, redactará un Informe de Evaluación Global Provisional.

A continuación contactará con la Marca Territorial *local* para programar una segunda visita (**1-2 días**) en la que expondrá a los responsables de la Marca Territorial *local* el resultado del Proceso de Evaluación (la puntuación total obtenida en cada indicador, por ejes temáticos y en total).

En esta visita, se presentará también el plan de medidas correctoras que tendrá que acometer la Marca Territorial *local* (y el plazo para ello), en caso de no superar el umbral mínimo en alguno de los Indicadores *Exigibles*.

Asimismo, en esta visita se comunicarán las medidas de mejora propuestas para atenuar las debilidades detectadas y potenciar las fortalezas de la Marca Territorial *local*, para avanzar en el *camino a la excelencia* en un proceso de mejora continua.



PASO 11: Comunicación a la AMCTE el Resultado de la Evaluación

La Fase III (y última) del Proceso de Evaluación consiste en el envío del **Informe de Evaluación Global Definitivo** a la Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea. La AMCTE, a la vista de la propuesta realizada por la Unidad de Evaluación, comunicará a la Marca Territorial *local* su decisión:

- **Evaluación Favorable Absoluta:** la Marca Territorial *local* será acreditada para usar la marca común conjuntamente con su marca *local*, por un periodo renovable de 3 años.



- **Evaluación Favorable Condicionada:** la Marca Territorial *local* será acreditada para el uso de la marca común por un periodo de 1 año, en el que deberá acometer un plan de medidas correctoras. Si demuestra el cumplimiento de este plan en este plazo, se le extenderá la acreditación hasta 2 años más. En el caso de no poder demostrar la ejecución del plan de medidas correctoras, perderá el derecho provisional de uso de la marca común.
- **Evaluación Negativa:** la Marca Territorial *local* no será acreditada para el uso de la marca común, al no alcanzar el nivel de logro mínimo exigido en el Decálogo Discriminante o al no aportar evidencias de haber aplicado satisfactoriamente el plan de medidas correctoras propuesto.

CALENDARIO DE EVALUACIÓN



El **Calendario de Evaluación** presenta de forma sistemática la secuencia de plazos y eventos de las distintas Fases del Proceso de Evaluación.

El Calendario recoge para cada Fase del Proceso de Evaluación la secuencia temporal (días naturales) en la que quedan estructurados cada uno de sus Pasos, así como los actores (Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea, Unidad de Evaluación, Marca Territorial *local*) que intervienen en cada uno de ellos, tanto en la realización de las diferentes actividades de cada Paso, como en el intercambio de documentación por vía oficial (entendiendo por ésta la realizada por correo postal certificado).

Los documentos necesarios para cada Paso, así como los documentos resultantes de los mismos (debidamente numerados), se representan en el Calendario mediante círculos. El color indica el actor responsable de generar y enviar cada documento: verde (AMCTE), granate (Unidad de Evaluación) y azul (Marca Territorial *local*).

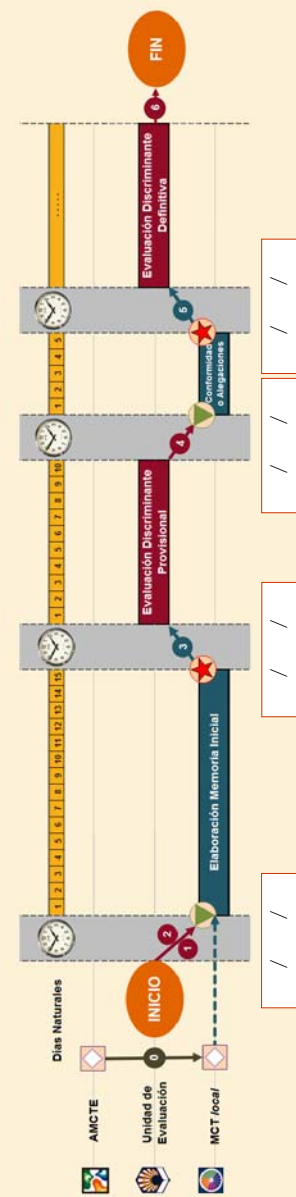
Del mismo modo, se representan cada uno de los Pasos mediante un rectángulo, en color verde, granate o azul según el actor directamente responsable de las actividades necesarias para llevar a cabo dicho Paso.

Para que cada Marca Territorial *local* pueda llevar un control del cumplimiento de los plazos establecidos, se incluyen unas casillas al inicio y final de cada plazo para rellenar con la fecha real en la que recibe o envía un documento por vía oficial. ¡Se recomienda rellenar estas casillas!!

/ /

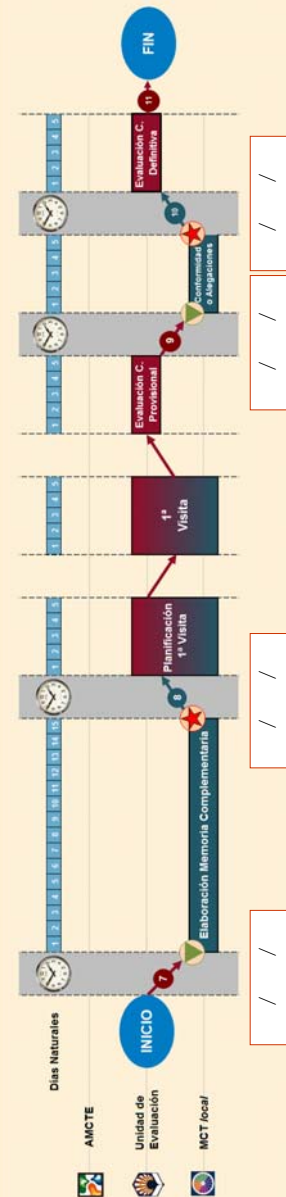


FASE I: EVALUACIÓN DISCRIMINANTE



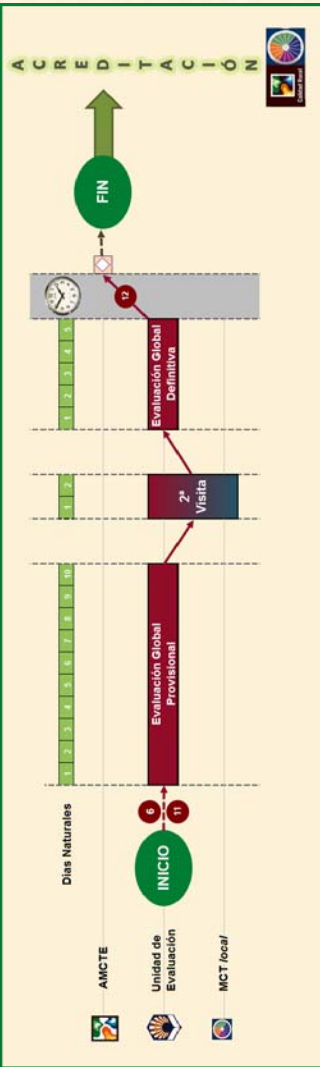
/ / / / / / / /

FASE II: EVALUACIÓN COMPLEMENTARIA



/ / / / / / / /

FASE III: EVALUACIÓN GLOBAL



UNIDAD DE EVALUACIÓN

COORDINADOR DEL EQUIPO:

Eduardo RAMOS (Doctor Ingeniero Agrónomo)

INVESTIGADORES SENIOR:

Francisco AMADOR (Doctor en Ciencias Económicas)
 Sebastián CASTILLO (Doctor en Ciencias Económicas)
 Felisa CEÑA (Doctora Ingeniera Agrónoma)
 Tomás DE HARO (Doctor Ingeniero Agrónomo)
 Rosa GALLARDO (Doctora Ingeniera Agrónoma)
 Dolores GARRIDO (Máster Científico en Desarrollo Rural)
 Ana Cristina GÓMEZ (Doctora Ingeniera Agrónoma)
 Fernando RAMOS (Doctor Ingeniero Agrónomo)

INVESTIGADORES DE APOYO:

Ana Isabel CABALLERO (Licenciada en Ciencias Ambientales)
 Elena MERCADO (Licenciada en Derecho)
 César MOYA (Ingeniero Técnico en Informática de Sistemas)
 Verónica PEDRAZA (Ingeniera Agrónoma)

GLOSARIO DE TÉRMINOS



ALEGACIONES: Argumentos y evidencias que se proponen para su inclusión en los Informes de Evaluación Discriminante Provisional y de Evaluación Complementaria Provisional. Estas alegaciones y evidencias se presentarán ante la Unidad de Evaluación cuando la Marca Territorial *local* considere que son necesarias antes de la emisión del Informe Definitivo correspondiente, y, solo en el plazo establecido.

BENCHMARKING: Proceso sistemático y continuo para evaluar comparativamente productos, servicios y procesos de trabajo en organizaciones, tomando para ello "comparadores" que evidencien las mejores prácticas sobre el área de interés, con el propósito de transferir el conocimiento de las mejores prácticas y su aplicación.

CALENDARIO DE EVALUACIÓN: Cuenta sistematizada de la secuencia de plazos y eventos de las distintas Fases del Proceso de Evaluación. Con él se pretende informar a las MCT *locales* de todos y cada uno de los Pasos a seguir durante dicho Proceso.

CO-ETIQUETA: Los territorios que superen la Evaluación y sean acreditados tendrán derecho a utilizar junto a su Marca Territorial *local* la Marca *Calidad Rural*®, por lo que se puede decir que ambas marcas forman parte de una misma etiqueta. Por cooperar ambas marcas en la formación de una etiqueta única

se le puede denominar co-etiqueta o co-marca.

COORDINADORA DE UNIDADES DE EVALUACIÓN: Es la Unidad Nacional responsable de la coordinación de la Red europea de Unidades de Evaluación. Por acuerdo de la Asamblea General de la AMCTE el 12 de diciembre de 2008, el Equipo de la Universidad de Córdoba fue nombrado Coordinador de Unidades de Evaluación.

EVIDENCIAS: Todos aquellos registros, declaraciones de hechos, datos de muestreo o cualquier otra información aportada por la MCT *local* que sea relevante en el Proceso de Evaluación para la acreditación, siempre que esta información sea objetivamente verificable.

EVIDENCIAS COMPLEMENTARIA: Evidencias que la Unidad de Evaluación solicita a la MCT *local* para asignar un valor a alguno/s de los indicadores de las distintas Fases del Proceso de Evaluación. Estas evidencias se presentarán sólo a requerimiento de la Unidad de Evaluación y en el caso de ser estrictamente necesarias.

INDICADOR: Cada uno de los elementos de la Evaluación. Se utiliza para medir el nivel de logro de cada Marca Territorial *local* respecto a algún requisito de calidad relacionado con la MCTE.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

INFORME DE EVALUACIÓN COMPLEMENTARIA DEFINITIVO: Descripción escrita de las características y circunstancias consideradas para la evaluación de la Memoria Complementaria.

INFORME DE EVALUACIÓN COMPLEMENTARIA PROVISIONAL: Informe previo al Informe de Evaluación Complementaria Definitivo.

INFORME DE EVALUACIÓN DISCRIMINANTE DEFINITIVO: Descripción escrita de las características y circunstancias consideradas para la evaluación de la Memoria Discriminante.

Este informe será decisivo para la continuación del territorio en el proceso de Evaluación de la Marca Territorial *local*.

INFORME DE EVALUACIÓN DISCRIMINANTE PROVISIONAL: Informe previo al Informe de Evaluación Discriminante Definitivo.

INFORME DE EVALUACIÓN GLOBAL DEFINITIVO: Descripción escrita de las características y circunstancias acaecidas tras el estudio de los Informes de Evaluación Discriminante y Complementario Definitivos así como del Informe de la Visita.

El Informe de Evaluación Global Definitivo es el documento que recibirá la Asociación de la Marca Territorial Europea y que será decisivo en la concesión del derecho de uso de la Marca Territorial Europea *Calidad Rural*®.

INFORME DE EVALUACIÓN GLOBAL PROVISIONAL: Informe previo al Informe de Evaluación Global Definitivo.

INFORME DE LA VISITA: Descripción escrita de las características y circunstancias acaecidas tras el muestreo y la recogida de evidencias durante la visita a los territorios sometidos a Evaluación.

MARCA CALIDAD RURAL®: Esta marca formalmente tiene el nombre de "Calidad Rural"®, sin embargo se la denomina en muchas ocasiones Marca de Calidad Territorial Europea (MCTE), para expresar su carácter de "marca paraguas" de las diferentes Marcas Territoriales *locales*.

Esta marca común es una co-etiqueta que acompañará a cada Marca Territorial *local* que se haya acreditado.

MARCA PARAGUAS: La Marca *Calidad Rural*® se denomina "marca paraguas" o "marca común" porque agrupa a los productos y servicios portadores de diferentes Marcas Territoriales *locales* bajo una única denominación. Esta marca actúa como activo fundamental para lograr la confianza de los consumidores y usuarios.

Las empresas y entidades que usan la marca paraguas utilizan conjuntamente la Marca *Calidad Rural*®, con una marca específica de producto o servicio.

MARCAS TERRITORIALES LOCALES:

A los efectos del Procedimiento de Acreditación se denominarán Marcas Territoriales *locales* o Marcas de Calidad Territorial (*comarcales*) a cualquier tipo de marca que tenga como ámbito de aplicación el espacio formado por varios municipios y que tenga como objetivo principal distinguir la calidad de los productos y servicios generados en ese territorio respondiendo a exigencias comunes para poner en valor dicho territorio como un producto de calidad en sí mismo.

MEMORIA INICIAL:

Es el documento resultante de completar la *Plantilla* para la elaboración de la Memoria Inicial, aportando para ello todas las evidencias necesarias que justifiquen el cumplimiento del nivel de logro exigido por la AMCTE en los Indicadores Discriminantes.

NIVEL DE LOGRO:

Resultado de aplicar un indicador a algún elemento de calidad. El nivel de logro sólo se evaluará a partir de las evidencias aportadas por cada Marca Territorial *local* y comprobadas por la Unidad de Evaluación.

PLANTILLA PARA LA ELABORACIÓN DE LA MEMORIA INICIAL:

Documento que envía la Unidad de Evaluación a los territorios para recoger la información y evidencias necesarias para valorar el nivel de logro alcanzado por los 10 Indicadores Discriminantes.

PLANTILLA PARA LA ELABORACIÓN DE LA MEMORIA COMPLEMENTARIA:

Documento que envía la Unidad de Evaluación a los territorios que han superado la Fase I (Evaluación Discriminante) con el objetivo de recoger la información necesaria para evaluar el nivel de logro alcanzado por los 30 indicadores complementarios.

MEMORIA COMPLEMENTARIA:

Documento resultante de completar la plantilla para la elaboración de la Memoria Complementaria y presentar las evidencias que sustentan y justifican el cumplimiento o no del nivel de logro exigido por la AMCTE en los indicadores complementarios.

PROCESO DE EVALUACIÓN:

Es el flujo de Fases que conduce a la evaluación de cada Marca Territorial *local*.

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN:

Es la secuencia de Pasos que deben llevar a cabo los distintos actores (AMCTE, Unidad de Evaluación, Marca Territorial *local*), así como el calendario de ejecución de estas actividades, las *Plantillas* para las Memorias Inicial y Complementaria y otras herramientas de apoyo. El Protocolo tiene por objeto facilitar el Proceso de Evaluación y hacer más claros y transparentes los flujos de comunicación y aportación de evidencias que sean necesarias entre los actores que intervienen en el Proceso. El Protocolo es un documento que explica la forma de llevar a cabo de la manera más clara y práctica posible las Fases del Proceso de Evaluación.

UNIDAD DE EVALUACIÓN ESPAÑOLA:

Grupo de investigadores encargados de llevar a cabo la Evaluación de cada una de las Marcas Territoriales *locales* en España. Está compuesta por el mismo equipo de investigadores de la Universidad de Córdoba que ha elaborado la Metodología de Evaluación.

UNIDAD DE EVALUACIÓN NACIONAL:

Grupo de investigadores encargados de la Evaluación en cada país.



MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL EUROPEA
CALIDAD RURAL®

Procedimiento de Acreditación de las
Marcas Territoriales *locales*

Protocolo del Proceso de Evaluación v. 2010

FINANCIA:



PROMUEVE:



UNIDAD DE EVALUACIÓN MCTE





MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL EUROPEA
CALIDAD RURAL®

PROYECTO
DEL PROCESO
DE EVALUACIÓN

MEMORIA
INICIAL

MEMORIA
COMPLEMENTARIA

Procedimiento de Acreditación de las Marcas Territoriales *locales*

Plantilla para la Memoria Inicial



Proyecto de Cooperación:

**“Calidad Rural, una etiqueta para la
Calidad Territorial”**

Nº de expediente:

20095110501000024

Grupo Coordinador:

CEDER Valle del Ese-Entrecabos

Para contactar con la Unidad de Evaluación:

Proyecto Evaluación MCTE

Programa de Postgrado en Desarrollo Rural

Universidad de Córdoba

Campus de Rabanales

Edificio Gregor Mendel (3ª Planta)

14014 Córdoba

E-mail: evaluacionmcte@uco.es



CONTENIDO

Presentación y Descripción	2
Indicaciones y Plazos	3
Fichas sobre la Marca y el Territorio	4
Decálogo Discriminante	10
Preguntas sobre la Marca y el Territorio	11
Autoevaluación	18
Listado de Documentos	20
Anexos	21

IMPORTANTE

Se recomienda leer detenidamente toda la información contenida en el Protocolo del Proceso de Evaluación y en esta Plantilla antes de proceder a la elaboración de la Memoria Inicial.

Se ruega que se ajuste al plazo máximo de 15 días para finalizar su Memoria Inicial, a fin de no provocar un retraso en su Proceso de Evaluación y en el del resto de territorios.

No dude en realizar cualquier consulta que necesite a la Unidad de Evaluación.




PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN

La Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea (AMCT), tal como se detalla en el Protocolo del Proceso de Evaluación, ha establecido que todas las Marcas Territoriales *locales* que quieran beneficiarse del uso de la marca común *Calidad Rural*®, deben someterse a un Proceso de Evaluación transparente para valorar hasta qué punto estas Marcas Territoriales *locales* responden a los principios y cumplen con los requisitos contemplados en el Reglamento General de la AMCTE y en otros acuerdos complementarios.

Usted como gestor/propietario de una Marca Territorial *local* ha manifestado interés en beneficiarse de la marca común *Calidad Rural*® (bien porque la viene utilizando al ser socio fundador del Proyecto de la Marca de Calidad Territorial Europea o porque quiere incorporarse a este Proyecto) y acaba de iniciar el Proceso de Evaluación de cuyo resultado dependerá su acreditación para continuar o iniciar el uso de la marca común, por un periodo renovable de 3 años.

En este momento, se encuentra en la Fase I del Proceso de Evaluación. A través de esta *Plantilla* deberá elaborar su Memoria Inicial, documento que recoge la información y evidencias necesarias para el cálculo de los 10 Indicadores *Discriminantes*, y que será utilizada por la Unidad de Evaluación como herramienta básica en esta Fase del Proceso de Evaluación.

 La Memoria Inicial recoge toda la información para medir el nivel de logro de los Indicadores de cumplimiento obligatorio inmediato (Decálogo Discriminante), condición necesaria para continuar con el Proceso de Evaluación.



Recuerde que si el nivel de logro de su Marca Territorial *local* en alguno de estos Indicadores fuese menor al requerido por la AMCTE, se parará el Proceso de Evaluación y no podrá solicitar su evaluación hasta un año después de conocer este resultado.

Esta *Plantilla* para la elaboración de su Memoria Inicial consta de:

- Cuatro Fichas de información general sobre su Marca Territorial *local*.
- Resumen del *Decálogo Discriminante*.
- Una serie de preguntas, agrupadas por ejes temáticos, sobre diferentes aspectos necesarios para la Evaluación.
- Una hoja de autoevaluación.
- Un listado de los documentos o evidencias que debería aportar.
- Tres certificados en forma de anexos para preparar algunas evidencias.



INDICACIONES Y PLAZOS

Indicaciones

Usted ha recibido esta *Plantilla* para la elaboración de su Memoria Inicial tanto en formato electrónico por e-mail, como en formato papel por correo postal certificado.

La cumplimentación de cada uno de los apartados debe realizarse utilizando el formato electrónico. Para ello, esta plantilla ha sido creada a modo de formulario PDF rellenable. Tan sólo necesitará disponer de un ordenador con un programa lector de PDF para poder cumplimentarla y elaborar así su Memoria Inicial.

Si para contestar a alguna pregunta precisa de más espacio, por favor adjunte una hoja con los datos complementarios en un cuadro semejante al que se presenta en esta *Plantilla*.

La Unidad de Evaluación estará a su disposición para aclarar cualquier duda que se le presente o facilitarle la información que precise.

NO OLVIDE QUE EN ESTA FASE DE LA EVALUACIÓN DE SU MARCA TERRITORIAL LOCAL SÓLO SE TENDRÁN EN CUENTA LOS DATOS Y LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN SU MEMORIA INICIAL Y QUE ESTÉ VALIDADA POR LAS EVIDENCIAS CORRESPONDIENTES.

Plazos

Usted dispone de un periodo máximo de 15 días para la elaboración de su Memoria Inicial, que se hará efectivo desde la recepción oficial de esta *Plantilla* por correo certificado. Transcurrido este plazo deberá enviar la Memoria Inicial a la Unidad de Evaluación por correo electrónico. A su vez deberá imprimirla y enviarla por correo postal certificado (firmada en cada una de sus páginas por el responsable de su elaboración), junto con las evidencias correspondientes. La recepción de la Memoria Inicial en papel por la Unidad de Evaluación marcará el inicio de la siguiente actividad del Proceso de Evaluación.

Dirección de envío:

Proyecto Evaluación MCTE
Programa de Postgrado en Desarrollo Rural
Universidad de Córdoba
Campus de Rabanales
Ctra.Nacional IVa, Km.396
Edificio Gregor Mendel (3ª Planta)
14014 Córdoba



FICHAS

FICHA 1

Información general sobre el gestor/propietario de la Marca Territorial *local*

NOMBRE		
TIPO	<input type="checkbox"/> Público	<input type="checkbox"/> Privado
	<input type="checkbox"/> Mixto (entidades público-privadas, ej. GAL)	
	<input type="checkbox"/> Otro:	
PRESIDENTE DEL ORGANISMO		
Nombre:		
Apellidos:		
CONTACTO PARA EL PERIODO DE EVALUACIÓN		
Nombre:		
Apellidos:		
Papel en el Organismo:		
Dirección:		
Teléfono:		
Móvil:		
Fax:		
Correo electrónico:		

FICHA 2

Información sobre la Marca Territorial *local*

NOMBRE			
Fecha de registro: (dd/mm/aaaa)			
Número de registro:			
Organismo de registro:			
País:			
Comunidad Autónoma:			
Provincia:			
Número de empresas o instituciones públicas portadoras de la marca:			
¹ Número de productos o servicios portadores de la marca:			

¹ En el caso de ser una Marca Territorial *local* que todavía no está usando la marca común *Calidad Rural*®, especifique sólo el número de empresas / instituciones que han mostrado interés en portar la marca.

FICHA 3

Información sobre el Territorio

NOMBRE:			
² Año de formalización:			
¿Coincide el Territorio con alguna demarcación de tipo administrativo (comarca, mancomunidad, OCA, etc.)?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
En el caso de responder positivamente, precise el tipo de demarcación:			
Número de municipios completos y/o entidades inferiores en su caso que forman parte del Territorio:			

² La primera vez que se unen la mayoría de municipios portadores de la MCT *local* para un proyecto con objetivo de desarrollo territorial común.

Por favor, rellene con los datos de los municipios que componen el Territorio la tabla situada en las páginas siguientes:

FICHA 4

Comentarios adicionales del gestor / propietario de la Marca Territorial *local*

A continuación, como parte de esta Memoria Inicial, se realizan una serie de preguntas, agrupadas por ejes temáticos, para tratar de determinar si su Marca Territorial *local* alcanza el umbral mínimo establecido en los 10 Indicadores que conforman el *Decálogo Discriminante*. No olvide que para poder validar sus respuestas tendrá que aportar las evidencias objetivas que se solicitan u otras semejantes.

Recordando el *Decálogo Discriminante*

<p>INDICADOR I: Naturaleza del Territorio</p> <p>El territorio tiene que ser de tipo histórico, natural o administrativo.</p>	<p>INDICADOR II: Dimensión del Territorio</p> <p>La dimensión del territorio debe ser superior a una localidad e inferior a una región administrativa NUTS II, lo cual corresponde en España a una Comunidad o Ciudad Autónoma.</p>
<p>INDICADOR III: Carácter Rural</p> <p>Siguiendo el criterio de la OCDE para la calificación de los municipios rurales (densidad de población menor de 150 habitantes/km²) y para las Regiones (más del 15% de la población viviendo en municipios rurales), el territorio se considera como rural si cumple los tres requisitos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Más del 15% de la población total del territorio vive en municipios rurales • No existe ningún municipio de más de 100.000 habitantes • No existe más de un municipio entre 50.000 y 100.000 habitantes 	<p>INDICADOR IV: Existe un Diagnóstico</p> <p>Debe existir un diagnóstico del territorio realizado en los últimos 25 años. El diagnóstico de un territorio identifica los aspectos relevantes para actuar en dicho territorio (particularmente identifica sus puntos fuertes y débiles) y a reunir las informaciones necesarias para este fin. Se considera como una fase primordial para cualquier proyecto de desarrollo porque facilita la puesta en marcha de una dinámica de desarrollo sostenible.</p>
<p>INDICADOR V: Existe un Plan Estratégico</p> <p>Debe existir un Plan Estratégico del territorio, entendido éste como un instrumento de planificación que, partiendo de la realidad inmediata, mediante la participación, la colaboración y el compromiso de todos los actores interesados, diseña unos objetivos clave que, ejecutados en los plazos previstos, consigan alcanzar las cotas de calidad de vida deseadas por la ciudadanía.</p>	<p>INDICADOR VI: La Marca de Calidad Territorial está registrada</p> <p>Se considera registrada la Marca Territorial cuando se han llevado a cabo con éxito todos los trámites necesarios para su inscripción en la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) de la Unión Europea o en un registro nacional de fiabilidad equivalente.</p>
<p>INDICADOR VII: Existe Carta General</p> <p>La Carta General es el Reglamento básico en el que se detallan los objetivos, valores y principios que deben guiar el desarrollo sostenible del territorio (Calidad Territorial), así como las grandes líneas de actuación (Documento que regule el uso de la MCT <i>local</i>)</p>	<p>INDICADOR VIII: Se realiza Evaluación y Control de los portadores de la Marca de Calidad Territorial</p> <p>Este Indicador pretende determinar si los agentes responsables de la evaluación han llevado a cabo los controles exigidos por la MCT (en su procedimiento interno de gestión y control) y si han presentado los informes de evaluación en cada caso.</p>
<p>INDICADOR IX: El estado del entorno no perjudica la imagen de la MCTE</p> <p>Este Indicador pretende evitar que aquellos territorios que sean conocidos por el deterioro de su entorno, perjudiquen la imagen de calidad del resto de territorios de la Red MCTE.</p> <p>Los territorios que presenten graves problemas ambientales con alarma social incluida pero que hayan tomado los acuerdos, compromisos y acciones correspondientes para paliar los efectos sobre la calidad del entorno, tendrán una consideración positiva a los efectos de este indicador en el momento de aplicarlo.</p>	<p>INDICADOR X: La Marca de Calidad Territorial es intersectorial</p> <p>El proceso de calidad territorial que lleva asociado cada MCT <i>local</i> es de carácter transversal, no siendo específico de un determinado sector o grupo dentro del territorio. Este carácter transversal es el elemento que da coherencia y sostenibilidad a todo el proceso, por lo que la MCT <i>local</i> no debe quedar limitada a un único sector, sino que debe tener carácter intersectorial.</p>



PREGUNTAS

Sobre el TERRITORIO

1) ¿Cuál es la naturaleza de su Territorio?

- Histórica
- Natural
- Administrativa

Indique las evidencias que aporta para justificar su respuesta

- Documento justificativo o acreditativo en el que se explicite la naturaleza histórica y/o natural del territorio

¿Cuál?

- Documento Administrativo que demuestre que el territorio es resultado de un acto administrativo (Estatutos o similar)

¿Cuál?

- Otras evidencias (documentos o argumentos):

2) ¿Su Territorio podría ser calificado como "rural"?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia que aporta para justificar dicha afirmación

- Certificado de cada ayuntamiento que confirma la extensión (km²) y la población actual de cada municipio a fecha de la solicitud (Ver modelo Anexo 1)

¿Cuál?

- Otras evidencias (documentos o argumentos):



PREGUNTAS

Sobre el PROYECTO DE DESARROLLO

1) ¿Existe un Diagnóstico en su Territorio con una antigüedad inferior a 25 años?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia que aporta para justificar dicha afirmación

- Documento que recoge el Diagnóstico y la entidad responsable de su elaboración

¿Cuál?

Fecha

Entidad responsable

- Otras evidencias (documentos o argumentos):

2) ¿Se ha definido en su Territorio un Plan Estratégico?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia que aporta para justificar dicha afirmación

- Documento o documentos que recogen el Plan de Acción o Proyecto de Territorio que incorpora una planificación de las actuaciones ("Plan Estratégico")

¿Cuál?

Fecha

Entidad responsable

- Otras evidencias (documentos o argumentos):

 PREGUNTAS

2) ¿Existe alguna empresa evaluadora externa contratada para la realización de las evaluaciones?
 SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, aporte la siguiente información relativa a esta empresa o institución

 NO

Nombre o razón social

Datos de contacto
(dirección, teléfono y correo electrónico)

¿Cómo se ha decidido su contratación?
 Concurso público

 Otro procedimiento ¿Cuál?

 Se aporta contrato con la empresa evaluadora

3) ¿Existe algún registro de control y seguimiento de la evaluación de las empresas / instituciones portadoras de Marca Territorial *local*?
 SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, aporte evidencias objetivas para justificar dicha afirmación

 NO

 Registro del Órgano de Gestión y Control de la Marca, con fechas de evaluación y/o fechas de concesión/renovación de la marca.

 Otras evidencias (documentos o argumentos):

 PREGUNTAS

Sobre la RESPONSABILIDAD SOCIAL
1) ¿En su Territorio se han generado problemas ambientales graves con alarma social que podrían perjudicar la imagen de calidad de la marca común *Calidad Rural*® ?

Por favor, indique y justifique la situación en la que se encuentra su territorio

SITUACIÓN A
 No existe problema ambiental grave ni queja formalizada

 Declaración responsable de que en el territorio no existen problemas ambientales graves y/o alarmas sociales en los últimos 10 años (ver modelo de certificado Anexo 2)

SITUACIÓN B
 Sí existe problema, queja o alarma ambiental, pero se han puesto en marcha los procedimientos adecuados para solucionarlo

 Declaración responsable de que en el territorio existen o han existido problemas ambientales graves y/o alarmas sociales en los últimos 10 años pero que se han puesto medidas para resolverlos (ver modelo de certificado Anexo 3)

Por favor, indique la siguiente información

- Naturaleza del problema
- Nivel de importancia en términos de deterioro de la imagen de la Marca
- ¿Qué medidas correctoras se han puesto en marcha para resolver el problema?

¿Se ha resuelto el problema? SÍ

 NO

Si su respuesta es NO, por favor, indique el plazo (nº de meses) en el que estima que estará resuelto el problema:

SITUACIÓN C
 Sí existe problema, queja o alarma ambiental, pero NO se han puesto en marcha los procedimientos adecuados para solucionarlo

 Declaración responsable de que en el territorio existen o han existido problemas ambientales graves y/o alarmas sociales en los últimos 10 años pero NO se han puesto medidas para resolverlos (ver modelo de certificado Anexo 4)

 PREGUNTAS

Sobre LA COOPERACIÓN, SOLIDARIDAD Y TRANSVERSALIDAD

1) ¿En cuántos sectores de su Territorio hay empresas / instituciones que hayan recibido la marca común *Calidad Rural®* para sus productos / servicios?³

Nº de Sectores con MCT:

³En el caso de ser una Marca Territorial *local* que todavía no está usando la marca común *Calidad Rural®*, especifique sólo el número de sectores de su territorio en los que hay empresas / instituciones que han mostrado interés en portar la marca.

2) ¿Cuántos sectores disponen de Cartas Específicas?

Por favor, indique los sectores para los que se dispone de Cartas Específicas, precisando las fechas de aprobación de dichas cartas.

Nº	SECTOR	FECHA DE APROBACIÓN
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		



AUTOEVALUACIÓN

En esta parte de la Memoria Inicial le proponemos que realice su propia auto-evaluación con el objeto de que usted mismo compruebe si supera el umbral mínimo en todos los Indicadores Discriminantes, condición necesaria para continuar con la Fase II del Proceso de Evaluación: Memoria Complementaria.

Su auto-evaluación será de gran ayuda para la Unidad de Evaluación, ya que agilizará considerablemente la Fase I del Proceso de Evaluación en la que se encuentra en este momento: Evaluación Discriminante.

En el cuadro siguiente, marque si considera que su territorio cumple o no cada uno de los Indicadores Discriminantes y en qué argumentos se apoya para demostrarlo.

INDICADOR	SI	NO	ARGUMENTOS QUE APOYAN SU RESPUESTA
INDICADOR I Naturaleza del Territorio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
INDICADOR II Dimensión del Territorio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
INDICADOR III Carácter Rural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
INDICADOR IV Existe un Diagnóstico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

INDICADOR	SI	NO	ARGUMENTOS QUE APOYAN SU RESPUESTA
INDICADOR V Existe un Plan Estratégico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
INDICADOR VI La MCT está registrada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
INDICADOR VII Existe Carta General	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
INDICADOR VIII Se realiza Evaluación y Control de los portadores de la MCT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
INDICADOR IX El estado del entorno no perjudica la imagen de la MCTE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
INDICADOR X La MCT es intersectorial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



LISTADO DE DOCUMENTOS

Por favor, marque las casillas de los documentos que adjunta como evidencias junto con su Memoria Inicial

- Carta General de la Marca de Calidad Territorial
- Acta de aprobación de la Carta General
- Cartas Específicas de los sectores siguientes
- Reglamento de funcionamiento del Órgano de Gestión y Control de la MCT
- Documento que explicite la naturaleza histórica y/o natural del Territorio
- Documento Administrativo que demuestre que el Territorio es el resultado de un acto administrativo
- Certificado de datos de población y superficie del Territorio
- Diagnóstico del Territorio
- Plan Estratégico
- Certificado de registro de la MCT *local* en la OAMI o en otro registro nacional
- Contrato con la empresa/s evaluadora/s de la MCT *local*
- Registro del Órgano de Gestión y Control de la Marca, con fechas de evaluación y/o fecha de concesión/renovación de la Marca
- Certificado escrito que atestigüe que no hubo ningún problema ambiental grave que podría perjudicar la imagen de calidad de la Red MCTE
- Informe que certifique que no hubo ninguna alarma sobre la Calidad Territorial en los últimos diez años, o si la hubo, que se han puesto las medidas correctoras para solucionar dicho problema
- Cualquier otro documento que el propietario estime oportuno (indicar cual):



ANEXOS

ANEXO 1: Certificado de exactitud de datos de población y superficie

ANEXO 2: Certificado de normalidad ambiental

ANEXO 3: Certificado de alarma ambiental con resolución del problema

Esta Memoria Inicial ha sido elaborada por:

NOMBRE Y APELLIDOS

FIRMA

FECHA:



MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL EUROPEA
CALIDAD RURAL®

**Procedimiento de Acreditación
de las Marcas Territoriales *locales***

Plantilla para la Memoria Inicial

FINANCIA:



PROMUEVE:



AMCTE

UNIDAD DE EVALUACIÓN MCTE





MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL EUROPEA
CALIDAD RURAL®

PROTOCOLO
DEL PROCESO
DE EVALUACIÓN

MEMORIA
INICIAL

MEMORIA
COMPLEMENTARIA

Procedimiento de Acreditación de las Marcas Territoriales *locales*

Plantilla para la Memoria Complementaria



AMCTE-UCO: Procedimiento de Acreditación de las Marcas Territoriales *locales*



Proyecto de Cooperación:

**“Calidad Rural, una etiqueta para la
Calidad Territorial”**

Nº de expediente:

20095110501000024

Grupo Coordinador:

CEDER Valle del Ese-Entrecabos

Para contactar con la Unidad de Evaluación:

Proyecto Evaluación MCTE

Programa de Postgrado en Desarrollo Rural

Universidad de Córdoba

Campus de Rabanales

Edificio Gregor Mendel (3ª Planta)

14014 Córdoba

E-mail: evaluacionmcte@uco.es



CONTENIDO

Presentación y Descripción	2
Indicaciones y Plazos	3
Información general	4
Comentarios	5
Preguntas	6
Autoevaluación	23
Listado de documentos	27
Listado Final	31
Anexo de Comentarios	35
Anexos de Indicadores	39

IMPORTANTE

Se recomienda leer detenidamente toda la información contenida en el Protocolo del Proceso de Evaluación y en esta Plantilla antes de proceder a la elaboración de la Memoria Complementaria.

Se ruega que se ajuste al plazo máximo de 15 días para finalizar su Memoria Complementaria, a fin de no provocar un retraso en su Proceso de Evaluación y en el del resto de territorios.

No dude en realizar cualquier consulta que necesite a la Unidad de Evaluación.



PRESENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN

La Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea (AMCT), tal como se detalla en el Protocolo del Proceso de Evaluación, ha establecido que todas las Marcas Territoriales *locales* que quieran beneficiarse del uso de la marca común *Calidad Rural*®, deben someterse a un Proceso de Evaluación transparente para valorar hasta qué punto estas Marcas Territoriales *locales* responden a los principios y cumplen con los requisitos contemplados en el Reglamento General de la AMCTE y en otros acuerdos complementarios.

Usted como gestor/propietario de una Marca Territorial *local* ha manifestado interés en beneficiarse de la marca común *Calidad Rural*® (bien porque la viene utilizando al ser socio fundador del Proyecto de la Marca de Calidad Territorial Europea o porque quiere incorporarse a este Proyecto) y se encuentra inmerso en el Proceso de Evaluación de cuyo resultado dependerá su acreditación para continuar o iniciar el uso de la marca común, por un periodo renovable de 3 años.

Actualmente, se encuentra en la Fase II del Proceso de Evaluación. La Unidad de Evaluación, tras haber recibido la información pertinente para calcular los 10 Indicadores *Discriminantes*, ha estimado que estos han superado el nivel de logro exigido por la AMCTE.

A través de esta *Plantilla* deberá elaborar su Memoria Complementaria,

La Memoria Complementaria recoge toda la información para medir el nivel de logro de los Indicadores de obligado cumplimiento aplazado (*exigibles*) y de otros logros de tipo voluntario (*intermedios y avanzados*) para continuar con el Proceso de Evaluación.

La Memoria Complementaria recoge la información y evidencias necesarias para el cálculo de los Indicadores de cumplimiento aplazado (*Exigibles*), cuyo obligado cumplimiento se puede acreditar con posterioridad a la evaluación, y de los Indicadores para la Mejora que expresan las fortalezas y debilidades de cada MCT *local* y su posición en el camino a la excelencia. Esta memoria proporcionará la documentación y evidencias necesarias para la evaluación sobre el terreno que se efectúe con las visitas, y será la base sobre la cual se programarán las entrevistas que se consideren pertinentes.

Recuerde que para que la MCT *local* pueda ser portadora de la Marca *Calidad Rural*® ha de cumplir todos los requisitos del nivel de logro exigible. En caso de no cumplirlos, deberá realizar una serie de medidas correctoras y presentar las evidencias de las mismas demostrando el cumplimiento del nivel de logro exigible en un plazo de hasta 12 meses.



INDICACIONES Y PLAZOS

Indicaciones

Usted ha recibido esta *Plantilla* para la elaboración de su Memoria Complementaria por e-mail.

La cumplimentación de cada uno de los apartados debe realizarse utilizando el formato electrónico. Para ello, esta plantilla ha sido creada al igual que la *Plantilla* para la elaboración de la Memoria Inicial a modo de formulario PDF rellenable. Tan sólo necesitará disponer de un ordenador con un programa lector de PDF para poder cumplimentarla y elaborar así su Memoria Complementaria.

Si para contestar a alguna pregunta precisa de más espacio, por favor adjunte una hoja con los datos complementarios en un cuadro semejante al que se presenta en esta *Plantilla*.

La Unidad de Evaluación estará a su disposición para aclarar cualquier duda que se le presente o facilitarle la información que precise.

NO OLVIDE QUE EN ESTA FASE DE LA EVALUACIÓN DE SU MARCA TERRITORIAL LOCAL SÓLO SE TENDRÁN EN CUENTA LOS DATOS Y LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN SU MEMORIA COMPLEMENTARIA Y QUE ESTÉ VALIDADA POR LAS EVIDENCIAS CORRESPONDIENTES.

LAS EVIDENCIAS SE APORTARÁN JUNTO CON LA MEMORIA Y/O DURANTE LA VISITA DE TERRENO.

Plazos

Usted dispone de un periodo máximo de 15 días para la elaboración de su Memoria Complementaria, que se hará efectivo desde la recepción oficial de esta *Plantilla* por correo electrónico. Transcurrido este plazo deberá enviar la Memoria Complementaria a la Unidad de Evaluación por correo electrónico. A su vez deberá imprimirla y enviarla por correo postal certificado (firmada en cada una de sus páginas por el responsable de su elaboración), junto con las evidencias correspondientes. Durante este periodo la Marca Territorial *local* podrá plantear todas las preguntas y aclaraciones que estime pertinentes.

La recepción en la Unidad de Evaluación de la Memoria Complementaria Provisional en formato papel marcará el inicio de la siguiente actividad del Proceso de Evaluación, entrando en contacto con la Marca Territorial local a fin de fijar el calendario concreto de las visitas y el plan de entrevistas a realizar.

Las evidencias que no sean enviadas con la Memoria Complementaria podrán ser aportadas por la Marca Territorial local durante la visita de terreno.

Dirección de envío:

Proyecto Evaluación MCTE
Programa de Postgrado en Desarrollo Rural
Universidad de Córdoba
Campus de Rabanales
Ctra.Nacional IVa, Km.396
Edificio Gregor Mendel (3ª Planta)
14014 Córdoba



INFORMACIÓN GENERAL

Información general sobre el Territorio

NOMBRE DEL TERRITORIO	
Nombre del organismo gestor/propietario de la marca:	
Presidente del organismo:	
Nombre:	
Apellidos:	
Contacto para el período de evaluación:	
Nombre:	
Apellidos:	
Papel en el organismo:	
Dirección:	
Teléfono:	
Móvil:	
Fax:	
Correo electrónico:	

Comentarios y/o aportaciones adicionales del gestor / propietario de la Marca Territorial *local*

A continuación, como parte de esta Memoria Complementaria, se realizan una serie de preguntas, agrupadas por ejes temáticos, para llevar a cabo la medición en su Marca Territorial *local* de los logros obligatorios de cumplimiento aplazado (Indicadores Exigibles), así como otros logros de tipo voluntario (Intermedios y Avanzados) que aparecen en los Anexos. No olvide que para poder validar sus respuestas tendrá que aportar las evidencias objetivas que se solicitan u otras semejantes.



PREGUNTAS

Las evidencias incluidas en la Memoria Complementaria son orientativas, por lo que no es necesario incluir todas aquellas enumeradas en cada pregunta ni que las enviadas sean exactamente las que se indican. Lo importante es que las evidencias aportadas demuestren objetivamente el cumplimiento de los indicadores a los que cada pregunta hace referencia.

Sólo se considerarán como evidencias válidas aquellos informes y/o documentos que de una manera explícita contribuyan a aclarar el objeto de la pregunta.

Sobre el TERRITORIO

1) ¿El territorio posee una identidad de carácter social, cultural, natural o histórica, en la que se basa la MCT *local*?

SÍ

NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

Carta General

Cartas Específicas (Especificar en Listado Final)

Otro documento que evidencie de forma fiable la existencia y el uso de la identidad como palanca del proceso de desarrollo del territorio

¿Cuál?

Sobre el PROYECTO DE DESARROLLO

2) ¿Existe un Diagnóstico en su Territorio con una antigüedad inferior a 10 años?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

Documento que recoja el Diagnóstico y la entidad responsable de su elaboración y su fecha de aprobación

¿Cuál?

Fecha del Diagnóstico

Entidad responsable

Acta de aprobación del Diagnóstico

Otras evidencias (documentos o argumentos):

3) ¿Existe en ese Territorio un órgano de seguimiento y/o evaluación del Plan Estratégico?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

Plan estratégico en el que se recoja la creación de un órgano de seguimiento del Plan

Documento formal de constitución que acredite la existencia de tal órgano

¿Cuál?

Actas de las reuniones de dicho órgano de seguimiento

Informes realizados por el órgano de seguimiento

Planes de actuación

4) ¿Puede decirse que el Proyecto de Desarrollo de ese territorio es participativo?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

Actas de reuniones y actividades celebradas en las distintas etapas del proceso de desarrollo

Documento que refleje la composición de la Asamblea General y del Comité ejecutivo

Informes de las reuniones de la Asamblea General

Otras evidencias (documentos o argumentos):

5) ¿El Proyecto de Desarrollo tiene como uno de sus ejes estratégicos la MCT *local*?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

Proyecto de desarrollo del territorio

Carta General

Informes de evaluación

Otras evidencias (documentos o argumentos):

 PREGUNTAS

6) ¿Considera equilibrada la participación de los sectores público y privado en la ejecución del proyecto de desarrollo?
 SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

 NO

- Actividades de colaboración efectiva entre los diferentes actores que participan y se apropian del proyecto de desarrollo
- Lista de acciones llevadas a cabo en los últimos años por actores de distintos grupos de colectivos (públicos y privados)
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

¿Y en el Proyecto de MCT? Argumente su respuesta

7) ¿Se están difundiendo adecuadamente entre la población los resultados del diagnóstico y los objetivos del plan de desarrollo?
 SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

 NO

- Informe o listado de las reuniones y otras actividades celebradas para difundir el proceso de desarrollo
- Documentos que detallen y acrediten la difusión de los resultados del diagnóstico y de la elaboración del Plan de desarrollo
- Porcentaje de municipios del territorio en los que se ha organizado algún tipo de acción de difusión y apropiación
- Plan de Comunicación
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

 PREGUNTAS

8) ¿Considera equilibrado el protagonismo de los distintos grupos de actores del territorio en los órganos de gobierno del proyecto de desarrollo?
 SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

 NO

- Listado de miembros que componen el órgano de gobierno y/o gestión del proyecto de desarrollo
- Documento que acredite el equilibrio entre los sectores público y privado
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

9) ¿Hay criterios de igualdad de oportunidades y cohesión en el territorio?
 SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

 NO

- Listado de acciones y proyectos destinados a colectivos minoritarios y/o desfavorecidos
- Cartas Específicas que evidencien la inclusión de aspectos sociales (Especificar en Listado Final)
- Informes de evaluación
- Planes de actuación con medidas correctivas
- Reconocimiento explícito en diagnóstico y/u objetivos de los problemas o necesidades de colectivos minoritarios y/o desfavorecidos
- Otras evidencias (documentos o argumentos):



Sobre LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL

10) ¿La Carta General es acorde con el Reglamento Europeo?

- SÍ
 NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

- Carta General
- Informe en el que se detallan qué aspectos de la Carta General son acordes con el Reglamento Europeo
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

11) ¿Se dispone de aval de expertos?

- SÍ
 NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

- Acta de constitución del Comité de Expertos o similar y/o alguna de sus actas de actuación
- Dictámenes, informes u otros trabajos realizados por los expertos hasta el momento
- Otras evidencias (documentos o argumentos):



Sobre LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL

12) ¿Hay un Órgano de Gestión y Control y tiene un reglamento?

- SÍ
 NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

- Acta de aprobación del Reglamento del Órgano de Gestión y Control
- Reglamento del Órgano de Gestión y Control
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

13) ¿El Órgano de Gestión y Control de la MCT *local* es equilibrado y representativo?

- SÍ
 NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

- Acta de constitución del Órgano de Gestión y Control de la MCT *local*, que incluya el número total de miembros e identifique el colectivo al que pertenece cada uno de ellos
- Organigrama del Órgano de Gestión y Control
- Informe de la entidad gestora de la MCT *local* que indique a que estamento o grupo de interés pertenece cada miembro del Órgano de Gestión y Control
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

PREGUNTAS

14) ¿Hay Cartas Específicas para todos los Productos y Servicios portadores de la MCT local?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, cumplimente el siguiente cuadro indicando las entidades portadoras de la MCT local y la fecha de aprobación de las Cartas Específicas para cada una de ellas:

SECTOR O TIPO DE ACTIVIDAD DE LA MCT local	FECHA DE APROBACIÓN

- Acta o Informe en el que se indique la fecha de aprobación de las CCEE

15) ¿Existe Carta Gráfica?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

- Carta Gráfica o documento equivalente

¿Cuál?

Fecha de aprobación

- Acta de aprobación de la Carta Gráfica
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

PREGUNTAS

16) ¿La concesión de la MCT local a empresas y entidades del territorio se basa en un procedimiento formal convenientemente implantado?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

- Documento que describa el proceso de evaluación y certificación de empresas y entidades portadoras
- Actas o informes sobre concesión de la MCT local a empresas y entidades
- Informes de evaluación de la entidad evaluadora externa

Citar en su caso:

- Otras evidencias (documentos o argumentos):

17) ¿Considera independientes las funciones técnica y política responsables de la MCT local?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

- Documento/s que especifique/n la separación entre las funciones política y técnica de la MCT local

¿Cuáles?

- Informe que justifique por qué actúan de manera independiente (Redactado por el presidente y/o gerente)
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

PREGUNTAS

Sobre EL USO DE LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL

18) ¿Considera que el Órgano de Gestión y Control de la MCT local realiza un seguimiento sistemático del proceso de evaluación y certificación?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es **SÍ**, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

- Listado de los informes generados por los agentes responsables de la evaluación
- Protocolo de seguimiento del Proceso de Evaluación y Certificación
- Evidencia de respuesta del Órgano de Gestión y Control a los informes de evaluación

¿Cuál?

- Otras evidencias (documentos o argumentos):

19) ¿Las Entidades portadoras cumplen los requisitos de las Cartas Específicas?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es **SÍ**, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

- Cartas Específicas (Especificar en Listado Final)
- Informes de los agentes responsables de la evaluación
- Listado de portadores de la MCT local, clasificados por sectores
- Informe del Órgano de Gestión y Control o de otra instancia de la MCT local sobre el cumplimiento de los requisitos por parte de las portadoras

- Otras evidencias (documentos o argumentos):

PREGUNTAS

20) ¿ Usan la Marca la mayoría de las empresas portadoras (las que han obtenido el derecho a usarla)?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es **SÍ**,

- La mayoría de las empresas portadoras usan la marca en la mayoría de sus productos (>75 %)

Si su respuesta es **NO**,
¿Cuántas NO?

- La mayoría de las empresas portadoras usan la marca en el 50 % de sus productos

Indique la evidencia o evidencias que aporta para justificarlo:

- La mayoría de empresas portadoras usan la marca en menos del 50 % de sus productos

- Informe de la gerencia o equipo técnico en el que argumenten el porqué de la respuesta

- Otros casos

¿Cuál?

¿Se hace un uso gráfico correcto de la MCT local?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es **SÍ**, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

- Informe de la gerencia o equipo técnico que estime qué porcentaje de empresas y productos hacen un uso correcto

- Imagen de etiquetas usadas en el territorio

- Carta Gráfica o documento equivalente

¿Cuál?

 PREGUNTAS

21) ¿Existe alguna iniciativa ligada a la MCT *local* en los sectores de cultura, patrimonio y núcleos de población?

SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

NO

- Listado de entidades portadoras, que desarrollen actividades acogidas a la MCT *local* en los sectores de cultura y patrimonio y núcleos de población
- Informe de la Entidad gestora de la MCT *local* sobre el grado de desarrollo de estas actividades
- Cartas Específicas o, en su defecto, Carta General que incluyan parámetros de calidad en estos sectores (Especificar en Listado Final)
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

 PREGUNTAS

Sobre LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

22) ¿Se ha adoptado algún acuerdo formal contra el deterioro del entorno (medioambiente, cultura y patrimonio artístico)?

SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

NO

- Carta General y/o Plan Estratégico con mención explícita de un acuerdo contra el deterioro del entorno
- Acta o documento similar en el que se adopte el acuerdo contra el deterioro del entorno
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

¿Existe una voluntad activa en el Órgano de gestión / gobierno de la MCT *local* para proteger el entorno?

SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

NO

- Informes sobre la evolución del estado del entorno
- Actas de las reuniones del Órgano de gestión /gobierno
- Campañas de sensibilización sobre el estado del entorno
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

 PREGUNTAS

23) ¿Las empresas y entidades portadoras de la marca contemplan claramente en las Cartas Específicas los requisitos mínimos relativos a los 3 tipos de calidad (económica, social y ambiental)?

SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación

NO

Informe sobre la inclusión de los requisitos mínimos relativos a las 3 calidades que deben cumplir los productos y servicios en las Cartas Específicas, emitido por la entidad gestora de la MCT *local*

Otras evidencias (documentos o argumentos):

24) ¿El territorio cuenta con algún Plan de Ordenación del Territorio de ámbito supramunicipal?

SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

NO

Plan o planes supramunicipales de Ordenación del Territorio

Fecha (s) de aprobación:

Acciones ejecutadas para la Ordenación del Territorio

Acta de las Reuniones de Seguimiento en materia de Ordenación del Territorio

Otras evidencias (documentos o argumentos):

 PREGUNTAS

25) ¿La estrategia de desarrollo, basada en la MCT *local*, incluye alguna medida relacionada con el paisaje?

SÍ

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación:

NO

Plan de desarrollo/estratégico que contenga alguna línea u objetivo dedicados al paisaje

Memorias de aplicación, ejecución y seguimiento de la puesta en funcionamiento de indicadores de paisaje

Inventarios de los recursos paisajísticos (con identificación y análisis, en su caso, de las actividades que transforman el paisaje)

Actas relativas al control de la evolución del paisaje en el territorio

Otras evidencias (documentos o argumentos):

PREGUNTAS

Sobre la COOPERACIÓN, SOLIDARIDAD Y TRANSVERSALIDAD

26) ¿Se realizan actividades de cooperación intersectorial que potencien y/o aprovechen las fortalezas del territorio?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación

- Carta General
- Informe de la entidad gestora de la MCT *local* que identifique las acciones de cooperación realizadas en el territorio
- Actas de las reuniones de cooperación
- Informes de evaluación
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

27) ¿Se realizan actividades de cooperación entre entidades del sector público integradas en la estrategia de MCT *local*?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación

- Informe de la entidad gestora que identifique las acciones de cooperación pública realizadas en el territorio
- Informes de evaluación de actividades de cooperación pública
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

PREGUNTAS

28) ¿Se realizan acciones de solidaridad, ligadas a la MCT *local*, entre distintos grupos sociales y/o actores del territorio?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación

- Informe de la entidad gestora que identifique las acciones de solidaridad realizadas en el territorio
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

29) ¿La Marca de Calidad Territorial *local* favorece acciones de formación, animación y promoción en el territorio?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación

- Plan de formación/ Plan de animación /Plan de promoción
- Registros de realización de las acciones formación/animación/promoción
- Otras evidencias (documentos o argumentos):

30) ¿Se está dando respuesta a las nuevas demandas de los consumidores y usuarios?

- SÍ
- NO

Si su respuesta es SÍ, por favor, indique la evidencia o evidencias que aporta para justificar dicha afirmación

- Registros de la realización de acciones de fomento de los vínculos rural/urbano
- Algún documento de carácter estratégico que incluya alguna orientación o estrategia de las demandas de consumidores y usuarios
- Otras evidencias (documentos o argumentos):



AUTOEVALUACIÓN

En esta parte de la Memoria Complementaria le proponemos que realice su propia autoevaluación con el objeto de que usted mismo determine el nivel de logro de la MCT *local* respecto a los Indicadores *Exigibles* y de Mejora.

Su auto-evaluación será de gran ayuda para la Unidad de Evaluación, ya que la información aportada podrá ser útil a los evaluadores y facilitar el muestreo durante la visita al territorio.

En el cuadro siguiente, marque si considera que su territorio cumple o no cada uno de los Indicadores y en qué argumentos se apoya para demostrarlo.

INDICADOR	SI	NO	ARGUMENTOS QUE APOYAN SU RESPUESTA
1. Identidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. El Diagnóstico es Reciente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Existe un Órgano de seguimiento del Plan Estratégico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Proyecto de Desarrollo participativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. La MCT como eje Del proyecto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. Gobernanza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



INDICADOR	SI	NO	ARGUMENTOS QUE APOYAN SU RESPUESTA
7. Hay campañas para la apropiación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8. Partenariado público-privado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9. Hay criterios de igualdad de oportunidades y cohesión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10. La Carta General es acorde con el reglamento europeo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11. Se dispone de aval de expertos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12. Existe Órgano de Gestión y Control y tiene un reglamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
13. El Órgano de Gestión y Control es representativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
14. Hay Cartas Específicas para todos los productos y servicios con MCT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

INDICADOR	SI	NO	ARGUMENTOS QUE APOYAN SU RESPUESTA
15. Existe Carta Gráfica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
16. Existe procedimiento de implantación y evaluación de la MCT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17. Hay separación entre las funciones técnicas y políticas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
18. El Órgano de Gestión y Control da seguimiento a las evaluaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
19. Las entidades portadoras cumplen los requisitos de las Cartas Específicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
20. Se hace un uso gráfico correcto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
21. Hay iniciativas en sectores de cultura, patrimonio y núcleos de población	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
22. Hay acuerdo contra el deterioro del entorno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

INDICADOR	SI	NO	ARGUMENTOS QUE APOYAN SU RESPUESTA
23. Las CCEE definen requisitos sobre las tres calidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
24. Existe Plan de Ordenación del Territorio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
25. Existen Indicadores de Calidad del Paisaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
26. Existe Cooperación Intersectorial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
27. Hay alguna red de cooperación pública	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
28. Se realizan acciones de solidaridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
29. Formación-Animación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
30. Respuesta a nuevas demandas de los consumidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



LISTADO DE DOCUMENTOS

Por favor, marque las casillas de los documentos que adjunta como evidencias junto con su Memoria Complementaria

No es necesario volver a adjuntar los documentos que ya han sido enviados a la Unidad de Evaluación con la Memoria Inicial

- Cartas Específicas
- Acta o Informe en el que se indique la fecha de aprobación del las Cartas Específicas
- Documento que evidencie la existencia y el uso de la identidad como palanca del proceso de desarrollo del territorio
- Documento que recoja el Diagnóstico y la entidad responsable de su elaboración
- Acta de aprobación del Diagnóstico
- Documento de constitución del órgano de seguimiento del Plan Estratégico
- Actas de reuniones del Órgano de seguimiento del Plan Estratégico
- Informes realizados por el Órgano de seguimiento del Plan Estratégico
- Planes de actuación
- Actas de reuniones y actividades celebradas en las distintas etapas del proceso de desarrollo
- Documento que refleje la composición de la Asamblea General y del Comité ejecutivo
- Proyecto de desarrollo del territorio
- Informes de evaluación
- Lista de acciones colectivas llevadas a cabo en los últimos años
- Informe o listado de las reuniones y actividades celebradas en las distintas etapas del proceso de desarrollo
- Porcentaje de municipios del territorio en los que se ha organizado algún tipo de acción de difusión y apropiación



LISTADO DE DOCUMENTOS

- Listado de miembros que componen la estructura propietaria y de gestión de la marca
- Documento que acredite el equilibrio entre los sectores público y privado
- Listado de acciones y proyectos destinados a públicos minoritarios y/o desfavorecidos
- Informe en el que se detallen qué aspectos de la Carta General son acordes con el Reglamento Europeo
- Acta de constitución del Comité de Expertos o similar y sus actas de funcionamiento
- Acta de constitución del Órgano de Gestión y Control que incluya el número total de miembros
- Reglamento del Órgano de Gestión y Control
- Organigrama del Órgano de Gestión y Control
- Informe de la entidad gestora de la MCT *local* que indique a que estamento o grupo de interés pertenece cada miembro del Órgano de Gestión y Control
- Carta Gráfica
- Acta de aprobación de la Carta Gráfica
- Documento que describa el proceso de evaluación y certificación de empresas y entidades portadoras
- Actas o informes sobre concesión de la MCT *local* a empresas y entidades
- Informes de evaluación de la entidad evaluadora externa
- Documento/s que especifique/n la separación entre las funciones política y técnica de la MCT *local*
- Listado de los informes generados por los agentes responsables de la evaluación
- Protocolo de seguimiento del Proceso de Evaluación y Certificación
- Respuesta del Órgano de Gestión y Control a los informes de evaluación
- Informes de los agentes responsables de la evaluación



LISTADO DE DOCUMENTOS

- Listado de portadores de la MCT *local*, clasificados por sectores
- Informe del Órgano de Gestión y Control o de otra instancia de la MCT *local* sobre el cumplimiento de los requisitos por parte de las portadoras
- Informe de la gerencia o equipo técnico en el que argumenten el porqué de la respuesta
- Informe de la gerencia o equipo técnico que estime qué porcentaje de empresas y productos hacen un uso correcto
- Imagen de etiquetas usadas en el territorio
- Informe de la Entidad gestora de la MCT *local* sobre el grado de desarrollo de las actividades en los sectores de cultura y patrimonio
- Listado de Cartas Específicas que incluyan algún parámetro de calidad en los sectores económico, social, ambiental y de cultura y patrimonio, indicando a cuál de ellos hacen referencia
- Carta General, Plan Estratégico o documento con mención explícita de un acuerdo contra el deterioro del entorno
- Informes sobre la evolución del estado del entorno
- Actas de las reuniones del Órgano de supervisión
- Campañas de sensibilización sobre el estado del entorno
- Informe sobre la inclusión de los requisitos mínimos relativos a las 3 calidades que deben cumplir los productos y servicios en las Cartas Específicas, emitido por la entidad gestora de la MCT *local*
- Plan o planes supramunicipales de Ordenación del Territorio
- Acciones ejecutadas para la ordenación del Territorio
- Acta de las Reuniones de Seguimiento en materia de ordenación del territorio
- Plan de desarrollo/estratégico que contenga alguna línea u objetivo dedicados al paisaje



LISTADO DE DOCUMENTOS

- Memorias de aplicación, ejecución y seguimiento de la puesta en funcionamiento de indicadores de paisaje
- Inventarios de los recursos paisajísticos (con identificación y análisis, en su caso, de las actividades que transforman el paisaje)
- Actas relativas al control de la evolución del paisaje en el territorio
- Informe de la entidad gestora de la MCT *local* que identifique las acciones de cooperación realizadas en el territorio
- Actas de las reuniones de cooperación
- Informe de la entidad gestora que identifique las acciones de cooperación pública realizadas en el territorio
- Informes de Evaluación de actividades de cooperación pública
- Informe de la entidad gestora que identifique las acciones de solidaridad realizadas en el territorio
- Plan de formación / Plan de animación / Plan de promoción
- Registros de realización de las acciones formativas
- Registros de la realización de acciones de fomento de los vínculos rural/urbano
- Documento de carácter estratégico que incluya alguna orientación o estrategia de las demandas de consumidores y usuarios



**LISTADO
FINAL**

Nº	EVIDENCIA	PRESENTADA PARA LOS INDICADORES	MEMORIA INICIAL	MEMORIA COMPLEMENTARIA
1			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**LISTADO
FINAL**

Nº	EVIDENCIA	PRESENTADA PARA LOS INDICADORES	MEMORIA INICIAL	MEMORIA COMPLEMENTARIA
9			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**LISTADO
FINAL**

Nº	EVIDENCIA	PRESENTADA PARA LOS INDICADORES	MEMORIA INICIAL	MEMORIA COMPLEMENTARIA
17			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**LISTADO
FINAL**

Nº	EVIDENCIA	PRESENTADA PARA LOS INDICADORES	MEMORIA INICIAL	MEMORIA COMPLEMENTARIA
25			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Comentarios y/o aportaciones adicionales del gestor/propietario de la Marca Territorial *local*

Espacio reservado para especificar todos aquellos datos, comentarios u aportaciones adicionales que considere necesarios y/o que no haya podido incluir en la *Plantilla* para la Memoria Complementaria.



Comentarios y/o aportaciones adicionales del gestor/propietario de la Marca Territorial *local*



Sugerencias y propuestas de mejora del gestor/propietario de la Marca Territorial *local* a la Unidad de Evaluación

Espacio reservado para aportar cualquier tipo de propuesta de mejora a la documentación que le ha sido enviada a su territorio así como dejar sus sugerencias a la Unidad de Evaluación. Serán tenidas en cuenta en las siguientes Fases del Proceso de Evaluación. Gracias por su colaboración.



Sugerencias y propuestas de mejora del gestor/propietario de la Marca Territorial *local* a la Unidad de Evaluación



ANEXO DE INDICADORES

A continuación se enumeran los 30 Indicadores que forman parte de la Memoria Complementaria, siguiendo la misma numeración que la de las preguntas que hacen referencia a ellos.

Los Indicadores marcados con una "M" son Indicadores de Mejora. El resto constituyen los Indicadores de obligado cumplimiento (Exigibles)

INDICADOR 1: Identidad ^M

La identidad del territorio (histórica o no) es un factor para diferenciarse del resto de productos o territorios, vinculado a algún elemento-fuerza de carácter social, cultural, natural o histórico, que sirve como aglutinador del territorio.

La Estrategia de Marca incluye elementos de identidad para mejorar su notoriedad y posicionamiento en el mercado.

INDICADOR 2: El Diagnóstico es Reciente

Para que un diagnóstico sea considerado como reciente debe haberse realizado en una fecha no anterior a 1998(10 años).

INDICADOR 3: Existe un Órgano de seguimiento del Plan Estratégico

La participación del conjunto de los actores debe inspirar las diferentes formas de ejecución del proceso de desarrollo de cada territorio, en cada una de sus etapas, entre las que cabe citar la "Elaboración de un dispositivo de seguimiento-evaluación del Plan Estratégico".

INDICADOR 4: Proyecto de Desarrollo participativo

De acuerdo con el primer principio, el Proyecto de desarrollo debe tener carácter participativo y esta participación debe producirse en todas las etapas del proceso de desarrollo. Para lograr esto el territorio debe privilegiar el recurso de las herramientas de sensibilización, formación y acompañamiento.

INDICADOR 5: La MCT como eje del proyecto

La calidad territorial debe constituir un eje vertebrador del proyecto de desarrollo del territorio. Y se fundamenta en dos grandes valores:

1. Se trata de una nueva forma de comportamiento solidario, que privilegia la calidad de los lazos entre los hombres, los territorios, los productos, los servicios, los productores y los consumidores.
2. El desarrollo debe ser sostenible desde una perspectiva económica, social y cultural.

INDICADOR 6: Gobernanza^M

Participación del conjunto de los actores del territorio en la estructura de gestión y de animación de la Marca.

INDICADOR 7: Hay campañas para la apropiación

Este Indicador pretende analizar el proceso de difusión de los resultados del diagnóstico y del Plan de desarrollo, con el fin de evaluar el grado de apropiación de ambos por parte de la población.



ANEXO DE INDICADORES

INDICADOR 8: Partenariado público-privado

El proyecto de desarrollo debe asegurar un equilibrio público-privado de los socios para garantizar el interés del mayor número de actores del territorio y asegurar la transparencia de las acciones llevadas a cabo.

INDICADOR 9: Hay criterios de igualdad de oportunidades y cohesión ^M

El Indicador pretende analizar si en el territorio se otorga una consideración especial a los públicos en dificultad desde la fase de diagnóstico y a lo largo del proceso de implantación de la MCT.

En concreto, el Indicador analiza evidencias de lo siguiente:

- Acciones específicas en el territorio a favor de los públicos desfavorecidos (formación de actores y socios, acompañamiento de empresarios en dificultad, etc.) de educación popular, ciudadana, de promoción social.
- Una representación de asociaciones sociales en diferentes instancias y una formalización de sus relaciones con las instancias económicas y políticas.
- La consideración de los aspectos sociales en los reglamentos de productos y servicios (Cartas Específicas).

INDICADOR 10: La Carta General es acorde con el reglamento europeo

La Carta General debe contener al menos los puntos siguientes desarrollados convenientemente:

1. Prioridades y líneas estratégicas del proceso de desarrollo. Mención explícita a los objetivos de desarrollo sostenible y calidad territorial.
2. Principios básicos del proceso de calidad territorial (relacionados con los principios incluidos en el Reglamento General de la MCTE)
3. Ámbito de aplicación de la MCT.
4. Descripción de los elementos, procedimientos y modalidades de gestión, atribución y control de la MCT.
5. Otros.

INDICADOR 11: Se dispone de aval de expertos^M

El aval de expertos es la persona o entidad (compuesta por especialistas e investigadores) del territorio o no, que asesora al Órgano de Gestión y Control sobre determinados aspectos del territorio: culturales, patrimoniales, históricos, etc. Este indicador pretende determinar si existe tala val y, en ese caso, si cumple el papel que le otorga la definición anterior.

INDICADOR 12: La Marca de Calidad Territorial está registrada

Este Indicador pretende comprobar la existencia (aprobación y constitución formal) de este Órgano, así como si tiene una estructura claramente definida y un Reglamento de funcionamiento aprobado, en el que se detallen su composición, sus funciones, su forma de funcionamiento y los mecanismos de evaluación y concesión de la MCT.

INDICADOR 13: El Órgano de Gestión y Control es representativo^M

El Órgano de Gestión y Control debe tener una composición equilibrada entre los diferentes colectivos sociales y económicos del territorio.

Este Indicador pretende comprobar en qué medida es equilibrada y representativa la composición de este Órgano.

INDICADOR 14: Hay Cartas Específicas para todos los productos y servicios con MCT

Las Cartas Específicas son documentos que identifican los criterios concretos que deben cumplir las empresas, entidades públicas y municipios para garantizar que sus productos o servicios cumplen los criterios de calidad económica, social y ambiental recogidos en los mismos. Estas Cartas se concretan por sectores de actividad. En el caso de las iniciativas de carácter público, los parámetros de calidad pueden estar integrados en la Carta General.

INDICADOR 15: Existe Carta Gráfica

La Carta Gráfica es el documento que regula las condiciones de uso de la imagen de MCT en el territorio en convivencia con la de la MCTE y la de la entidad o empresa.

INDICADOR 16: Existe procedimiento de implantación y evaluación de la MCT

El Procedimiento de implantación y evaluación se utiliza para verificar que la empresa o municipio cumple con los requisitos establecidos en la carta específica que le sea de aplicación para que sus productos, servicios o actividades puedan llevar la MCT.

ANEXO DE
INDICADORES**INDICADOR 17: Hay separación entre las funciones técnicas y políticas^M**

En el sistema de MCT hay dos instancias que deben estar claramente diferenciadas:

1. **Instancia política:** Órgano de dirección de la MCT.
2. **Instancia Técnica:** Órgano con la función de revisar la evaluación de los solicitantes de la MCT y elevar la propuesta de concesión de la MCT a la instancia política.

Este Indicador pretende comprobar si estas funciones están identificadas y son realmente independientes.

INDICADOR 18: El Órgano de Gestión y Control da seguimiento a las evaluaciones

Se considera que el Órgano de Gestión y Control da seguimiento a las evaluaciones cuando controla de forma sistemática el cumplimiento de las evaluaciones y la actividad de los agentes responsables de la evaluación.

INDICADOR 19: Las Entidades portadoras cumplen los requisitos de las Cartas Específicas

Se parte del supuesto de que los informes de las evaluadoras expresan el grado de cumplimiento que las empresas portadoras hacen de los requisitos contenidos en las Cartas Específicas.

Sobre la base del supuesto anterior, este Indicador pretende determinar el grado de cumplimiento real de los requisitos exigidos en las Cartas Específicas de cada sector.

INDICADOR 20: Se hace un uso gráfico correcto

La Carta Gráfica regula el uso de la imagen de la MCT. Consta de una *imagen genérica o logotipo, protegida por la marca registrada "X"*, disponiendo de una tipografía específica y de una gama cromática, así como de reglas precisas de adaptación a todos los soportes de la comunicación y de la comercialización, y obliga a *cada lugar, producto, bien o servicio* acogido a la misma a que los equipamientos de *señalización, la publicidad o cualquier cuestión relacionada con su imagen y promoción* se ajusten a ella.

INDICADOR 21: Hay Iniciativas en sectores de cultura, patrimonio y núcleos de población

Este Indicador pretende identificar y medir que haya alguna iniciativa de la MCT (como mínimo que exista se regulación en las Cartas Específicas o en su defecto en la Carta General) en estos sectores:

- Bienes culturales: Manifestaciones y eventos culturales (exposiciones, concursos, eventos artísticos, etc.)
- Patrimonio territorial: Activos físicos de interés histórico, cultural o natural (museos, teatros, bosques, lagunas, etc.)

Y en núcleos de población.

INDICADOR 22: Hay acuerdo contra el deterioro del entorno

Este Indicador pretende constatar la existencia de un acuerdo "formal" y documentado en contra del deterioro del entorno, en sus componentes: medioambiental, artística y cultural.

INDICADOR 23: Las CCEE definen requisitos sobre las tres calidades

La responsabilidad social exige que las empresas y entidades sean económicamente viables, medioambientalmente respetuosas y socialmente comprometidas.

Para poder realizar una correcta diferenciación de productos y servicios en base a la calidad, es preciso que los requisitos mínimos estén claramente expuestos en las respectivas Cartas Específicas.

Se pretende determinar si dichos requisitos mínimos relativos a los 3 tipos de calidad (económica, social y ambiental) están claramente contemplados en las Cartas Específicas, si lo

INDICADOR 24: Existe Plan de Ordenación del Territorio^M

La existencia de un Plan de Ordenación del Territorio (supramunicipal) es un requisito necesario para aprovechar de la mejor manera posible las fortalezas del territorio en un escenario de competitividad creciente, potenciada por los procesos de globalización económica.

ANEXO DE
INDICADORES**INDICADOR 25: Existen Indicadores de Calidad Paisaje^M**

La aplicación de una "estrategia de paisajes" exige el diseño de una batería de indicadores que permitan evaluar, tanto la calidad de los paisajes existentes, como las intervenciones, que mejoren o crean paisajes, así como las que lo deterioran. Solo de esta forma, y tras haber consensuado previamente los objetivos en materia de calidad del paisaje, será posible acometer las actuaciones necesarias de protección, gestión y ordenación del paisaje, de acuerdo a las directrices que emanan del Convenio Europeo del Paisaje.

Debe entenderse por "estrategia de paisajes", la formulación, por parte de las autoridades públicas, de los principios generales y las estrategias, que permitan la adopción de medidas específicas con vistas a la protección, gestión y ordenación del paisaje, de acuerdo con las directrices que emanan del Convenio Europeo del Paisaje.

INDICADOR 26: Existe Cooperación Intersectorial^M

Cada territorio debe poner en marcha acciones que movilicen conjuntamente a los actores implicados en el proceso de calidad territorial con el objeto de crear sinergias, que hagan visible colectivamente el valor añadido generado por las actividades transversales del proceso.

Este Indicador pretende determinar si se realizan actividades de cooperación (entre empresarios y/u otros agentes) que sirvan de fortalecimiento mutuo y aprovechen las fortalezas propias del

INDICADOR 27: Hay alguna red de cooperación pública^M

La MCT no se limita únicamente al ámbito privado, sino que la implicación en el proceso de calidad territorial de las instancias públicas, a través del desarrollo de su actividad o mediante la puesta en marcha de acciones concretas, más allá de sus obligaciones, se considera básica para lograr la cohesión del territorio.

Este indicador pretende determinar si se realizan actividades de cooperación entre actores públicos del territorio en relación con actividades integradas en la estrategia de MCT.

INDICADOR 28: Se realizan acciones de solidaridad^M

La solidaridad es entendida en la MCT como una actitud y una práctica social de los diferentes actores implicados en el proceso, los cuales comparten una serie de valores de respeto y compromiso hacia su territorio. Este tipo de actividades se caracterizan porque existe siempre una relación asimétrica entre actores que implica una donación en beneficio de algún actor, sin que el actor que la ofrece reciba directamente nada a cambio (a diferencia de las actividades de cooperación que implican flujos relativamente simétricos).

INDICADOR 29: Formación- Animación

Con este indicador se pretende medir en qué medida cada Marca de Calidad Territorial favorece acciones de formación y animación en su territorio de aplicación.

Las acciones formativas permiten:

- Encontrar otros profesionales comprometidos con la calidad territorial para que cada uno esté en condiciones de proponer los productos de otros beneficiarios.
- Profundizar en el conocimiento del territorio y su cultura.
- Mejorar la calidad de los productos y prestaciones en los servicios, perfeccionando los "savoir-faire" e incluyendo los valores del desarrollo sostenible en la gestión de las empresas.

La animación, en una óptica de trabajo en red, debe permitir aconsejar a los beneficiarios y usuarios de la Marca, sobre sus diversas dimensiones cualitativas y valores transversales.

INDICADOR 40: Respuesta a nuevas demandas de los consumidores^M

Este Indicador pretende identificar si se están llevando acciones encaminadas a favorecer los intercambios entre el medio rural y urbano, buscando el equilibrio entre las opciones de producción y las opciones de consumo y la coherencia entre la imagen del territorio y las nuevas demandas de orden ético de los consumidores.



Esta Memoria Complementaria ha sido elaborada por:

NOMBRE Y APELLIDOS	FIRMA
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	

FECHA:



MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL EUROPEA
CALIDAD RURAL®

Procedimiento de Acreditación
de las Marcas Territoriales *locales*

Plantilla para la Memoria Complementaria

FINANCIA:



PROMUEVE:



AMCTE

UNIDAD DE EVALUACIÓN MCTE



ANEXO 2.4. GUIÓN - CODIFICACIÓN DE ENTREVISTAS A INFORMANTES CUALIFICADOS

MCT:									
TIPO DE ACTOR:				NOMBRE Y CARGO:					
FECHA:		HORA:		LUGAR:					
1	IDENTIDAD (ID)		<i>Nada</i>	<i>Débil</i>	<i>Influida por otra categoría</i>	<i>Fuerte</i>	<i>Muy fuerte</i>		
			1	2	3	4	5		
		01.NATURAL						ID01	
		02.HISTÓRICA						ID02	
		03.ADMINISTRATIVA						ID03	
		<i>Muy fragmentada</i>	<i>Fragmentada y en conflicto</i>	<i>Fragmentada</i>	<i>Unida</i>	<i>Fuertemente unida</i>			
		1	2	3	4	5			
	04. GRADO DE FRAGMENTACIÓN						ID04		
2	RURALIDAD (RU)		<i>Muy negativo</i>	<i>Negativo</i>	<i>Indiferente</i>	<i>Positivo</i>	<i>Muy positivo</i>		
			1	2	3	4	5		
		01.COMO ARGUMENTO DE VENTA						RU01	
		02.COMO FORMA DE VIDA						RU02	
	03. COMO CALIDAD DE VIDA						RU03		
3	MEDIO AMBIENTE (MA)		<i>Nulo</i>	<i>Débil</i>	<i>Medio</i>	<i>Fuerte</i>	<i>Muy fuerte</i>		
			1	2	3	4	5		
		01.IMPACTO AMBIENTAL						MA01	
		02.CONSERVACIÓN DEL ENTORNO						MA02	
		03.PROTECCIÓN DEL ENTORNO						MA03	
		04.CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO						MA04	
		05.PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO						MA05	
06.VALOR AMBIENTAL Y PATRIMONIAL						MA06			
4	TERRITORIO (TE)		<i>Nulo</i>	<i>Débil</i>	<i>Medio</i>	<i>Fuerte</i>	<i>Muy fuerte</i>		
			1	2	3	4	5		
		01.VISIÓN TERRITORIAL						TE01	
		02.COHESIÓN TERRITORIAL						TE02	
		03. CONFLICTIVIDAD INTERMUNICIPAL						TE03	
		04. DINAMISMO TERRITORIAL PÚBLICO						TE04	
		05. DINAMISMO TERRITORIAL PRIVADO						TE05	
		06. GRADO DE ASOCIACIONISMO TERRITORIAL						TE06	
		07. GRADO DE DESARROLLO DEL TERRITORIO						TE07	
		08. DESARROLLO SERVICIOS TERRITORIALES						TE08	
		09. DESARROLLO COMUNICACIONES						TE09	
		10. OPORTUNIDADES DE EMPLEO						TE10	
		11. OPORTUNIDADES JUVENTUD						TE11	
				<i>Ninguno</i>	<i><25 %</i>	<i>25-50%</i>	<i>50-75%</i>	<i>>75%</i>	
		1	2	3	4	5			
	13.SECTORES PÚBLICOS IMPORTANTES DEL TERRITORIO INCLUIDOS EN MCT						CO13		
	14.SECTORES PRIVADOS IMPORTANTES DEL TERRITORIO INCLUIDOS EN MCT						CO14		
5	ENTIDAD Y PROYECTO (GESTIÓN INTERNA MCT) (EN)		<i>Nulo</i>	<i>Débil</i>	<i>Medio</i>	<i>Fuerte</i>	<i>Muy fuerte</i>		
			1	2	3	4	5		
		01.GRADO DE IMPLICACIÓN						EN01	
		02.IMPLICACIÓN PÚBLICA						EN02	
		03.IMPLICACIÓN PRIVADA						EN03	
		04.REPRESENTATIVIDAD PRIVADA						EN04	
		05.PRESENCIA PRIVADA EN CARGOS RELEVANTES						EN05	
		06.SEPARACIÓN TÉCNICO-POLÍTICA						EN06	
				<i>Muy negativa</i>	<i>Negativa</i>	<i>Indiferente</i>	<i>Positiva</i>	<i>Muy positiva</i>	
				1	2	3	4	5	
	07.PROCEDIMIENTO SEGUIDO POR LA ENTIDAD GESTORA (*)						EN07		
	08. OPINIÓN SOBRE ENTIDAD GESTORA TÉCNICA						EN08		
	09. OPINIÓN SOBRE ENTIDAD GESTORA POLÍTICA						EN09		
(*) Pasos: Difusión del Proyecto MCTE, Formación, Motivación empresas, etc.									
6	DISEÑO DE LA MCT (DI)		<i>Inapropiado</i>	<i>Confuso</i>	<i>Indiferente</i>	<i>Apropiado</i>	<i>Muy apropiado</i>		
			1	2	3	4	5		
		01.LOGOTIPO						DI01	
		02.NOMBRE DE LA MCT						DI02	
		03.CONVIVENCIA LOGO MCT-MCTE						DI03	
	04.PREDOMINIO LOGO MCTE LARGO PLAZO						DI04		

7	PROCESO DE EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA MCT (PE)		<i>Muy negativa</i>	<i>Negativa</i>	<i>Indiferente</i>	<i>Positiva</i>	<i>Muy positiva</i>	
			1	2	3	4	5	
		01.OPINIÓN SOBRE CGC						PE01
		02.OPINIÓN SOBRE EMPRESA CERTIFICADORA						PE02
		04.OPINIÓN PROCESO DE CERTIFICACIÓN						PE04
		05.OPINIÓN DURACION PROCESO DE CERTIFICACION						PE05
			<i>Nulo</i>	<i>Escaso</i>	<i>Medio</i>	<i>Completo</i>	<i>Muy completo</i>	
			1	2	3	4	5	
		06.PROCEDIMIENTO SEGUIDO POR EMPRESA CERTIFICADORA						PE06
		07.PROCEDIMIENTO SEGUIDO POR CGC						PE07
		08. PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA CERTIFICADORA						PE08
		09.PARTICIPACIÓN DEL CGC						PE09
		10. PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA EVALUADA						PE10
	<i>Muy difícil</i>	<i>Difícil</i>	<i>Media</i>	<i>Sencilla</i>	<i>Muy sencilla</i>			
	1	2	3	4	5			
11.DIFICULTAD DE IMPLANTACIÓN DE LA MARCA						PE11		
12. CONTINUIDAD EN PROYECTO EMPRESAS PORTADORAS						PE12		
	<i>No procede</i>	<i>18-24 meses</i>	<i>12-18 meses</i>	<i>6 -12 meses</i>	<i><6 meses</i>			
	1	2	3	4	5			
13.DURACIÓN DEL PROCESO						PE13		
8	USO GRÁFICO DE LA MCT (UG)		<i>Nada</i>	<i>Débil</i>	<i>Medio</i>	<i>Fuerte</i>	<i>Muy fuerte</i>	
			1	2	3	4	5	
		01.USO CONFORME A LA CARTA GRAFICA						UG01
		02.USO DE LA MCT POR LAS ENTIDADES PORTADORAS						UG02
		03.INTENSIDAD DE USO						UG03
04.DIVERSIDAD DE USO EN LOS PRODUCTOS						UG04		
9	PROMOCIÓN DE LA MCT (PR)		<i>Nada</i>	<i>Débil</i>	<i>Medio</i>	<i>Fuerte</i>	<i>Muy fuerte</i>	
			1	2	3	4	5	
		01.CONOCIMIENTO DE LA MARCA						PR01
		02.PROMOCIÓN ACTUAL						PR02
		03.BENEFICIOS EN LA COMARCA						PR03
		04.BENEFICIOS EN ENTIDAD PORTADORAS						PR04
	<i>Muy negativa</i>	<i>Negativa</i>	<i>Indiferente</i>	<i>Positiva</i>	<i>Muy positiva</i>			
	1	2	3	4	5			
05. OPINIÓN SOBRE PROMOCIÓN						PR05		
10	FUTURO DE LA MARCA (FU)		<i>Muy difícil</i>	<i>Difícil</i>	<i>Dif. media</i>	<i>Sencillo</i>	<i>Muy sencillo</i>	
			1	2	3	4	5	
		01.POTENCIALES PORTADORES						FU01
		02.CONTINUIDAD PROYECTO SIN AYUDAS						FU02
			<i>Muy negativa</i>	<i>Negativa</i>	<i>Indiferente</i>	<i>Positiva</i>	<i>Muy positiva</i>	
	1	2	3	4	5			
03.OPINIÓN GENERAL SOBRE LA MCT						FU03		
04. OPINIÓN SOBRE FUTURO MCT EN EL TERRITORIO						FU04		

ANEXO 2.5. Listado de variables utilizadas para la Tipología de Provincias

Análisis Cluster Socioeconómico (S) → Variables de Dinámica Socioeconómica

CÓDIGO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	AÑO	FUENTE
provact01	Incremento poblacional	Tasa de variación de la población intercensal (%)	2001 2011	Calculado a partir de los Censos de Población Instituto Nacional de Estadística (INE)
provact02	Índice de Desarrollo Humano	Indicador del nivel de desarrollo económico de los países que combina medidas de salud, educación y renta. Comenzó a publicarse en 1990 como parte del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo y se popularizó rápidamente como un indicador más informativo que la simple comparación de la renta per cápita	2007	<i>Desarrollo Humano en España. 1980-2010.</i> Mayo de 2013. Fundación Bancaja e Ivie (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas).
provact03	Tasa de actividad	Relación entre el número total de activos (personas de 16 o más años con un empleo o en su búsqueda activa) y la población total (%)	2010	Instituto Nacional de Estadística (INE) - Indicadores Sociales
provact04	Índice Actividad Económica	Índice comparativo del conjunto de la actividad económica obtenido en función del impuesto correspondiente al total de actividades económicas empresariales (industriales, comerciales y de servicios) y profesionales. Es decir, incluye todas las actividades económicas excepto las agrarias (que no están sujetas al impuesto de actividades económicas). El valor del índice expresa la participación de la actividad económica (en tanto por 100.000) de cada municipio, provincia o comunidad autónoma sobre una base nacional de 100.000 unidades equivalente a la recaudación del impuesto de actividades económicas empresariales y profesionales.	2011	Anuario Económico La Caixa
provact05	Cuota de mercado	Índice que expresa la capacidad de compra o de consumo comparativa de una provincia en función de las siguientes. Se mide en función de la importancia de la población y de su poder adquisitivo representado por las variables: número de teléfonos fijos (de uso doméstico), automóviles, camiones (camiones y furgonetas), oficinas bancarias, y actividades comerciales minoristas . Expresa la participación (en tanto por 100.000) que corresponde a cada municipio / provincia sobre una base nacional de 100.000 unidades.	2011	Anuario Económico La Caixa
provact06	PIB per cápita	Relación que hay entre el producto interior bruto (PIB) de la provincia y su cantidad de habitantes (euros)	2010	Instituto Nacional de Estadística (INE) – Contabilidad Regional
provact07	Índice Competitividad Regional	Indicador sintético (expresado en una escala de 0 a 100) compuesto por 69 indicadores organizados en 3 grupos: 1) factores básicos presentes en todas las economías, como instituciones; estabilidad macroeconómica; infraestructuras; salud; y calidad de la enseñanza 1ª y 2ª; 2) factores de eficiencia que van adquiriendo mayor importancia a medida que una región se desarrolla: enseñanza superior; eficiencia del mercado laboral; tamaño del mercado; y 3) factores de innovación que impulsan a las economías avanzadas, como la preparación tecnológica, sofisticación empresarial y la innovación.	2010	Extraído de la base de datos del Quinto Informe de la Comisión sobre la cohesión económica, social y territorial. <i>Invirtiendo en el futuro de Europa</i> (COM, 2010) (Centro Común de Investigación y Dirección General REGIO de la Comisión Europea)
provact08	Potencial Regional de Innovación	Indicador sintético que distribuye a las regiones europeas en 4 grupos en función de aspectos esenciales de la innovación tecnológica (como el gasto en I+D), la absorción de la innovación (como el nivel educativo) o su difusión (como la conectividad de las regiones con el resto del mundo): 1) <i>Grandes generadores</i> ; 2) <i>Con buenos resultados</i> ; 3) <i>Débilmente absorbentes</i> ; 4) <i>Débilmente difusores</i> .	2008	Extraído de la base de datos del Quinto Informe de la Comisión sobre la cohesión económica, social y territorial. <i>Invirtiendo en el futuro de Europa</i> (COM, 2010) (EUROSTAT, CWTS, OCDE, Centro Común de Investigación y Dirección General REGIO de la Comisión Europea)

Análisis Cluster Estructural (E) → Variables de Estructura Territorial

CÓDIGO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	AÑO	FUENTE
provest01	Densidad Población	Relación entre el número de habitantes de habitantes de la provincia y su superficie total (hab/km ²)	Padrón 01/01/2012	Instituto Nacional de Estadística (INE)
provest02	Red Natura 2000	Relación entre la superficie designada como Zonas Especiales de Conservación (ZEC) y Zonas de Especial Protección para las AVES (ZEPA) y la superficie total de la provincia (%)	2006	EUROSTAT
provest03	Población 16 y más años analfabeta/sin estudios	Relación entre la población de 16 y más años analfabeta o sin estudios y la población total en ese estrato de edad (%)	2010	Instituto Nacional de Estadística (INE) - Indicadores Sociales"
provest04	Índice de volumen de capital social per cápita	Indicador que mide el incremento del capital social per cápita en las provincias españolas entre 1983 (bajo un supuesto <i>stock</i> de capital social de 100) y 2005. Según la metodología aplicada, los factores de los que depende el capital social son: la participación del trabajo en la renta; el ritmo esperado de mejora de la renta; el empleo; el grado de desigualdad existente, la esperanza de vida; el tamaño de la red social y su grado de conexión; el coste que la población atribuye a cooperar (educación); la tasa de depreciación del capital social (paro).	2005	PÉREZ, P. <i>et al.</i> (2008) <i>Estimación del Capital Social de España</i> . BBVA-UV-IVEI, 74 págs.
provest05	Población 25-34 años con estudios superiores	Relación entre la población de 25 a 34 años con estudios superiores y la población total en ese estrato de edad (%)	2010	Instituto Nacional de Estadística (INE) - Indicadores Sociales

ANEXO 2.6. Listado de variables utilizadas para la Tipología de Grupos de Acción Local (GAL)

CÓDIGO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	AÑO	FUENTE
galest01	Red Natura 2000	Relación entre la superficie designada como Zonas Especiales de Conservación (ZEC) y Zonas de Especial Protección para las AVES (ZEPA) y la superficie total de la provincia (%).	2011	Dato obtenido tras la agregación de los datos municipales
galest02	Densidad Población	Relación entre el número de habitantes de habitantes de la provincia y su superficie total (hab/km ²)	2011	Calculado mediante agregación de datos municipales obtenida del Padrón Municipal de Habitantes del INE
galact3	Trabajadores Autónomos	Relación entre el número de trabajadores autónomos y el total de trabajadores (%).	2007	Datos Caja Duero Caja España
galact04	Número empresas / 1000 hab	Relación que expresa la densidad del tejido empresarial.	2007	Datos Caja Duero Caja España
galact05	Inversión municipal media por habitante	Muestra la inversión en operaciones de capital realizada por habitante (euros)	2009	Datos Socioeconómicos Caja-Duero Caja España

ANEXO 2.7. Matriz [X] de características MCT

idMCT	EJE 1	EJE 2	EJE 2	EJE 2	EJE 2	EJE 2	EJE 2	EJE 2	EJE 2	EJE 3	EJE 3	EJE 3	EJE 3	EJE 3	EJE 3	EJE 3	EJE 3	EJE 4	EJE 4	EJE 4	EJE 4	EJE 4	EJE 5	E
MCT01	75	70	70	70	65	70	60	70	75	65	70	65	75	55	55	55	75	55	60	55	80	75		
MCT02	80	75	70	80	90	75	80	75	85	90	80	75	85	85	80	85	85	80	75	85	70	70		
MCT03	85	70	70	70	70	75	70	75	70	70	60	60	60	60	70	50	60	70	70	75	65	60		
MCT04	60	70	70	70	55	70	60	70	70	60	60	60	70	70	50	65	0	0	0	0	55	70		
MCT05	70	70	70	70	70	70	65	70	70	70	0	70	70	75	80	65	60	60	70	70	60	70		
MCT06	60	70	70	70	75	75	70	75	80	70	60	60	55	70	65	50	50	70	70	80	65	65		
MCT07	75	70	70	70	80	75	75	75	70	75	75	75	70	80	70	70	75	70	75	85	85	70		
MCT08	65	70	70	70	60	70	65	70	80	60	60	65	50	70	65	70	70	70	65	55	0	60		
MCT09	80	70	70	70	65	70	60	70	80	65	60	50	0	65	60	50	0	0	0	0	60	80		
MCT10	70	70	70	70	70	70	65	70	70	70	60	70	75	75	75	70	65	65	65	65	65	65		
MCT11	60	70	70	70	65	75	65	75	70	60	60	60	70	65	65	50	65	0	0	0	55	60		
MCT12	80	70	70	70	65	75	70	75	70	60	60	60	55	65	65	50	65	0	0	0	55	80		
MCT13	70	70	70	85	80	80	70	80	70	70	75	65	75	85	85	75	80	70	75	55	70	75		
MCT14	80	70	70	70	70	75	65	75	70	65	60	60	55	75	80	70	50	55	65	55	60	65		
MCT15	90	70	65	75	75	85	70	85	85	80	75	70	80	85	60	70	90	70	75	55	80	80		
MCT16	80	70	70	70	70	60	70	70	65	70	0	55	55	75	65	65	0	50	55	65	75	70		
MCT17	75	70	65	70	80	70	80	70	80	70	0	70	70	65	70	70	65	70	70	65	55	65		
MCT18	70	70	75	70	75	70	75	70	70	70	0	70	70	70	70	65	70	70	70	75	80	65		
MCT19	70	75	70	70	80	70	70	70	80	70	0	65	70	70	65	70	65	70	70	0	55	70		
MCT20	80	70	70	70	75	70	70	70	65	70	0	80	80	75	60	75	75	70	70	0	75	65		
MCT21	60	70	70	70	60	70	70	70	65	70	0	55	70	70	70	55	0	55	50	0	60	60		
MCT22	75	80	70	75	70	75	70	70	65	70	0	75	70	65	70	70	65	70	75	55	0	75		
MCT23	70	80	70	80	75	70	70	70	65	70	0	60	70	55	55	70	65	65	70	60	0	70		
MCT24	75	80	70	80	65	80	70	70	65	70	0	60	55	65	50	70	60	60	65	0	0	70		
MCT25	65	80	70	80	65	80	70	70	65	70	0	60	55	65	50	70	60	60	65	0	0	70		
MCT26	70	80	70	70	65	70	70	70	65	70	0	70	60	65	55	70	75	60	65	0	0	70		
MCT27	85	70	70	70	65	75	70	70	65	70	0	55	75	55	65	55	75	55	55	0	0	70		
MCT28	85	70	70	70	75	60	70	70	70	70	0	80	80	70	65	70	80	70	70	0	0	80		
MCT29	75	70	70	80	80	80	75	70	80	70	0	80	85	70	65	70	80	70	70	75	55	70		
MCT30	75	70	70	70	75	70	70	70	65	60	0	70	50	55	70	65	70	55	60	0	80	70		
MCT31	80	70	80	80	75	80	75	75	65	75	75	60	55	70	75	70	70	70	70	75	70	65		

VALORES TOMADOS EN CUENTA POR EL ACP

Análisis de conglomerados de K medias

[Conjunto_de_datos1] D:\xa sustituir\140126_DATOS SPSS xa Cluster PROV1_rev.sav

Centros iniciales de los conglomerados

	Conglomerado			
	1	2	3	4
Puntua(provact01)	-,05486	-1,48290	,52510	1,42279
Puntua(provact02)	1,89460	,48682	1,57672	-1,51132
Puntua(provact03)	,62790	-2,22271	1,62814	1,82815
Puntua(provact04)	-,24458	-,54492	4,93442	-,29821
Puntua(provact05)	-,53924	-,64091	4,76352	-,21190
Puntua(provact06)	2,58860	-,70909	1,80820	-,83333
Puntua(provact07)	1,72275	-,26779	2,87916	-,31898
Puntua(provact08)	,74246	,74246	1,77366	-1,31993

Historial de iteraciones^a

Iteración	Cambio en los centros de los conglomerados			
	1	2	3	4
1	1,712	1,710	1,118	1,804
2	,000	,000	,000	,000

a. Se ha logrado la convergencia debido a que los centros de los conglomerados no presentan ningún cambio o éste es pequeño. El cambio máximo de coordenadas absolutas para cualquier centro es de ,000. La iteración actual es 2. La distancia mínima entre los centros iniciales es de 5,204.

Pertenencia a los conglomerados

Número de caso	Conglomerado	Distancia
1	1	1,712
2	4	1,317
3	4	2,068
4	4	1,804
5	2	,921
6	4	2,204
7	4	2,081
8	3	1,118
9	1	1,497
10	2	2,418
11	4	1,521
12	4	2,007
13	2	1,610
14	4	1,756
15	2	1,783
16	2	1,071
17	1	2,510
18	4	1,455
19	4	2,959
20	1	1,818
21	4	1,392
22	2	1,738
23	2	2,300
24	2	1,113
25	1	1,413
26	1	1,830
27	2	1,527
28	3	1,118
29	4	1,103
30	4	1,510
31	1	1,140
32	2	1,985
33	2	1,205
34	2	1,238
35	4	1,235
36	2	1,560
37	2	1,426
38	4	1,184
39	2	1,376
40	2	1,450
41	4	1,311
42	2	1,111
43	1	2,226
44	2	1,649
45	4	1,158
46	4	2,605
47	1	1,640
48	1	1,934
49	2	1,710
50	1	1,154

Centros de los conglomerados finales

	Conglomerado			
	1	2	3	4
Puntua(provact01)	,21380	-,80735	,36660	,68081
Puntua(provact02)	1,08957	,06377	1,09989	-,85537
Puntua(provact03)	,55902	-1,00948	1,36140	,57267
Puntua(provact04)	-,07118	-,39165	4,57324	-,05123
Puntua(provact05)	-,24669	-,42777	4,34670	,11933
Puntua(provact06)	1,36793	-,30096	1,46642	-,68121
Puntua(provact07)	,95389	-,33980	2,38987	-,48979
Puntua(provact08)	,83621	-,01737	1,25806	-,63247

Distancias entre los centros de los conglomerados finales

Conglomerado	1	2	3	4
1		3,143	6,752	3,546
2	3,143		8,229	2,554
3	6,752	8,229		7,764
4	3,546	2,554	7,764	

ANOVA

	Conglomerado		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	gl		
Puntua(provact01)	7,166	3	,598	46	11,987	,000
Puntua(provact02)	9,575	3	,441	46	21,724	,000
Puntua(provact03)	10,803	3	,361	46	29,954	,000
Puntua(provact04)	14,949	3	,090	46	165,549	,000
Puntua(provact05)	14,063	3	,148	46	94,996	,000
Puntua(provact06)	11,653	3	,305	46	38,174	,000
Puntua(provact07)	9,315	3	,458	46	20,349	,000
Puntua(provact08)	6,021	3	,673	46	8,953	,000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con una finalidad descriptiva puesto que los conglomerados han sido elegidos para maximizar las diferencias entre los casos en diferentes conglomerados. Los niveles críticos no son corregidos, por lo que no pueden interpretarse como pruebas de la hipótesis de que los centros de los conglomerados son iguales.

Número de casos en cada conglomerado

Conglomerado	1	11,000
	2	19,000
	3	2,000
	4	18,000
Válidos		50,000
Perdidos		,000

Análisis de conglomerados de K medias

[Conjunto_de_datos1] C:\Users\Admin\Documents\Datos SPSS xa Cluster PROV2.sav

Centros iniciales de los conglomerados

	Conglomerado		
	1	2	3
Puntua(provest01)	-,64518	-,69546	4,00076
Puntua(provest02)	2,92397	-,47344	,79167
Puntua(provest03)	-,42948	2,06288	-,53763
Puntua(provest04)	4,36776	-,90647	-,82153
Puntua(provest05)	,04651	-1,58611	1,32815

Historial de iteraciones^a

Iteración	Cambio en los centros de los conglomerados		
	1	2	3
1	2,767	2,523	2,198
2	,699	,119	,000
3	,596	,115	,000
4	,239	,052	,000
5	,317	,092	,000
6	,367	,170	,000
7	,000	,000	,000

a. Se ha logrado la convergencia debido a que los centros de los conglomerados no presentan ningún cambio o éste es pequeño. El cambio máximo de coordenadas absolutas para cualquier centro es de ,000. La iteración actual es 7. La distancia mínima entre los centros iniciales es de 6,238.

Pertenencia a los conglomerados

Número de caso	idprov	Conglomerado	Distancia
1	01	3	2,397
2	02	2	1,758
3	03	1	1,500
4	04	1	2,365
5	05	2	1,752
6	06	2	1,463
7	07	1	1,554
8	08	3	2,100
9	09	2	1,941
10	10	2	2,451
11	11	2	1,561
12	12	1	1,231
13	13	2	2,291
14	14	2	1,365
15	15	2	1,514
16	16	2	2,710
17	17	2	1,120
18	18	2	1,430
19	19	1	4,194
20	20	3	1,659
21	21	2	,919
22	22	2	1,166
23	23	1	2,599
24	24	2	,990
25	25	2	,773
26	26	2	1,608
27	27	2	,980
28	28	3	2,198
29	29	1	1,896
30	30	1	1,128
31	31	2	1,968
32	32	2	,949
33	33	2	1,268
34	34	2	1,693
35	35	1	1,022
36	36	2	1,482
37	37	2	1,522
38	38	1	1,212
39	39	2	1,788
40	40	2	,862
41	41	1	1,021
42	42	2	2,361
43	43	1	,737
44	44	2	,976
45	45	2	1,470
46	46	1	1,486
47	47	2	2,221
48	48	3	,711
49	49	2	1,556
50	50	2	1,270

Centros de los conglomerados finales

	Conglomerado		
	1	2	3
Puntua(provest01)	,24218	-,44165	2,19690
Puntua(provest02)	,71749	-,28076	-,06857
Puntua(provest03)	,40955	,00299	-1,08399
Puntua(provest04)	1,14169	-,43244	-,20077
Puntua(provest05)	-,86014	,08038	1,72194

Distancias entre los centros de los conglomerados finales

Conglomerado	1	2	3
1		2,234	3,891
2	2,234		3,307
3	3,891	3,307	

ANOVA

	Conglomerado		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	gl		
Puntua(provest01)	15,568	2	,380	47	40,960	,000
Puntua(provest02)	4,619	2	,846	47	5,460	,007
Puntua(provest03)	4,028	2	,871	47	4,624	,015
Puntua(provest04)	11,565	2	,550	47	21,012	,000
Puntua(provest05)	12,325	2	,518	47	23,790	,000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con una finalidad descriptiva puesto que los conglomerados han sido elegidos para maximizar las diferencias entre los casos en diferentes conglomerados. Los niveles críticos no son corregidos, por lo que no pueden interpretarse como pruebas de la hipótesis de que los centros de los conglomerados son iguales.

Número de casos en cada conglomerado

Conglomerado	1	13,000
	2	32,000
	3	5,000
Válidos		50,000
Perdidos		,000

Descriptivos

[Conjunto_de_datos1]

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
galtest01	264	,00	91,37	24,8579	20,06967
galact01	264	2,58	545,09	50,1863	75,54713
galact02	264	9,14	41,56	23,1142	5,99784
galact03	264	17,35	68,65	39,1611	7,54299
galact04	264	193,45	5193,10	625,4659	436,90375
N válido (según lista)	264				

QUICK CLUSTER

```
Zgaltest01 Zgalact01 Zgalact02 Zgalact03 Zgalact04
/MISSING=LISTWISE
/CRITERIA= CLUSTER(4) MXITER(10) CONVERGE(0)
/METHOD=KMEANS(NOUPDATE)
/SAVE CLUSTER
/PRINT ID(codgal ) INITIAL ANOVA CLUSTER DISTAN.
```

Análisis de conglomerados de K medias

[Conjunto_de_datos1]

Centros iniciales de los conglomerados

	Conglomerado			
	1	2	3	4
Puntua(galtest01)	-1,23858	2,89733	3,12534	,01893
Puntua(galact01)	6,55089	-,48162	-,22636	-,57926
Puntua(galact02)	-1,71509	-,91910	3,07550	-,60728
Puntua(galact03)	-,01482	3,21740	-2,89195	-1,08719
Puntua(galact04)	-,80793	,01274	,36810	10,45455

Historial de iteraciones^a

Iteración	Cambio en los centros de los conglomerados			
	1	2	3	4
1	3,680	4,147	4,048	2,931
2	,178	,144	,202	,000
3	,121	,103	,140	,000
4	,107	,091	,128	,000
5	,133	,068	,086	,000
6	,000	,025	,038	,000
7	,000	,010	,016	,000
8	,000	,000	,000	,000

a. Se ha logrado la convergencia debido a que los centros de los conglomerados no presentan ningún cambio o éste es pequeño. El cambio máximo de coordenadas absolutas para cualquier centro es de ,000. La iteración actual es 8. La distancia mínima entre los centros iniciales es de 7,316.

Pertenencia a los conglomerados

Número de caso	codgal	Conglome rado	Distancia
1	G001	2	1,070
2	G002	2	2,350

Pertenencia a los conglomerados

Número de caso	codgal	Conglome rado	Distancia
3	G003	3	1,774
4	G004	2	,978
5	G005	3	,869
6	G006	2	2,752
7	G007	1	1,649
8	G008	1	1,147
9	G009	3	1,442
10	G010	2	1,432
11	G011	2	1,681
12	G012	2	1,185
13	G013	2	,494
14	G014	3	1,248
15	G015	2	1,218
16	G016	2	3,219
17	G017	2	1,057
18	G018	1	,657
19	G019	3	1,356
20	G020	2	1,325
21	G021	2	1,223
22	G022	3	1,165
23	G023	2	1,236
24	G024	2	1,192
25	G025	2	,317
26	G026	2	1,621
27	G027	3	2,459
28	G028	2	1,841
29	G029	2	1,731
30	G030	2	2,726
31	G031	2	2,124
32	G032	2	4,426
33	G033	2	1,439
34	G034	2	2,913
35	G035	2	4,081
36	G036	2	2,593
37	G037	2	2,547
38	G038	2	1,028
39	G039	2	,943
40	G040	2	1,256
41	G041	2	2,006
42	G042	3	1,429
43	G043	1	2,096
44	G044	3	2,040
45	G045	2	2,024
46	G046	2	3,330
47	G047	2	,879
48	G048	2	,962
49	G049	2	1,674
50	G050	2	1,673
51	G051	2	1,273
52	G052	2	1,157
53	G053	2	1,338
54	G054	2	1,779
55	G055	3	2,672
56	G056	3	1,896
57	G057	2	2,674

Pertenencia a los conglomerados

Número de caso	codgal	Conglome rado	Distancia
58	G058	2	1,676
59	G059	2	1,446
60	G060	2	2,566
61	G061	4	2,931
62	G062	3	2,365
63	G063	2	2,846
64	G064	2	1,669
65	G065	3	2,878
66	G066	3	2,567
67	G067	2	1,886
68	G068	3	1,493
69	G069	3	3,454
70	G070	2	1,033
71	G071	2	1,911
72	G072	2	1,964
73	G073	3	1,415
74	G074	2	1,563
75	G075	3	1,713
76	G076	3	1,777
77	G077	2	1,043
78	G078	3	1,542
79	G079	3	2,197
80	G080	2	1,511
81	G081	3	4,054
82	G082	2	1,557
83	G083	3	1,930
84	G084	3	1,465
85	G085	1	1,972
86	G086	2	2,013
87	G087	1	1,723
88	G088	2	1,261
89	G089	1	3,522
90	G090	1	2,077
91	G091	2	1,507
92	G092	2	1,241
93	G093	2	1,689
94	G094	3	1,299
95	G095	3	1,725
96	G096	3	2,682
97	G097	3	,921
98	G098	2	1,627
99	G099	3	1,060
100	G100	2	,575
101	G101	3	1,551
102	G102	3	1,084
103	G103	2	1,132
104	G104	2	1,077
105	G105	2	,944
106	G106	3	1,284
107	G107	3	1,500
108	G108	2	,869
109	G109	3	,751
110	G110	2	1,444
111	G111	2	1,493
112	G112	2	,870

Pertenenencia a los conglomerados

Número de caso	codgal	Conglome rado	Distancia
113	G113	2	2,015
114	G114	2	,894
115	G115	2	1,145
116	G116	2	1,090
117	G117	2	1,676
118	G118	2	1,355
119	G119	3	1,555
120	G120	2	1,844
121	G121	3	2,300
122	G122	3	,849
123	G123	2	1,198
124	G124	2	,856
125	G125	2	,685
126	G126	2	1,567
127	G127	3	1,413
128	G128	3	2,546
129	G129	3	1,038
130	G130	2	1,331
131	G131	3	,886
132	G132	2	1,221
133	G133	2	1,350
134	G134	2	1,377
135	G135	2	,775
136	G136	3	1,054
137	G137	3	1,264
138	G138	2	,543
139	G139	3	1,618
140	G140	2	,836
141	G141	2	1,206
142	G142	3	2,029
143	G143	3	1,231
144	G144	2	1,196
145	G145	3	,739
146	G146	3	2,118
147	G147	3	1,125
148	G148	3	,697
149	G149	2	,812
150	G150	3	,732
151	G151	2	1,249
152	G152	3	1,156
153	G153	2	2,583
154	G154	2	1,548
155	G155	2	2,791
156	G156	2	,961
157	G157	3	1,136
158	G158	2	1,055
159	G159	3	1,033
160	G160	2	,869
161	G161	3	1,363
162	G162	3	,527
163	G163	3	1,728
164	G164	2	1,649
165	G165	3	1,546
166	G166	3	2,167
167	G167	3	1,063

Pertenencia a los conglomerados

Número de caso	codgal	Conglome rado	Distancia
168	G168	3	1,360
169	G169	3	2,323
170	G170	3	1,172
171	G171	3	1,323
172	G172	3	1,384
173	G173	3	1,663
174	G174	2	1,555
175	G175	3	1,314
176	G176	2	1,303
177	G177	2	1,932
178	G178	2	1,131
179	G179	3	2,739
180	G180	3	2,526
181	G181	3	1,475
182	G182	2	1,615
183	G183	3	,543
184	G184	2	1,290
185	G185	2	,712
186	G186	3	,847
187	G187	3	1,165
188	G188	2	,309
189	G189	2	1,276
190	G190	2	1,479
191	G191	2	1,353
192	G192	2	1,467
193	G193	2	,717
194	G194	2	1,085
195	G195	3	2,302
196	G196	3	1,203
197	G197	3	1,849
198	G198	3	,788
199	G199	2	,371
200	G200	2	1,200
201	G201	2	1,148
202	G202	3	2,074
203	G203	2	1,006
204	G204	2	,775
205	G205	2	1,286
206	G206	2	1,319
207	G207	3	3,450
208	G208	2	1,151
209	G209	1	1,235
210	G210	1	2,087
211	G211	2	1,409
212	G212	1	1,901
213	G213	2	1,934
214	G214	2	1,264
215	G215	2	2,129
216	G216	2	1,304
217	G217	2	1,663
218	G218	3	1,988
219	G219	2	1,517
220	G220	2	1,332
221	G221	2	1,231
222	G222	2	2,445

Pertenencia a los conglomerados

Número de caso	codgal	Conglome rado	Distancia
223	G223	2	,974
224	G224	2	,606
225	G225	2	,968
226	G226	3	2,248
227	G227	1	1,498
228	G228	2	,644
229	G229	3	1,884
230	G230	3	2,153
231	G231	3	1,962
232	G232	3	1,809
233	G233	3	1,846
234	G234	2	1,798
235	G235	2	1,206
236	G236	2	1,106
237	G237	1	,324
238	G238	1	3,216
239	G239	1	1,896
240	G240	2	1,629
241	G241	3	,826
242	G242	2	1,098
243	G243	3	2,097
244	G244	3	2,274
245	G245	2	1,744
246	G246	2	,728
247	G247	1	,897
248	G248	2	,660
249	G249	2	,977
250	G250	2	1,087
251	G251	2	1,305
252	G252	2	,865
253	G253	1	1,766
254	G254	4	2,931
255	G255	2	1,333
256	G256	3	2,184
257	G257	3	1,033
258	G258	3	2,659
259	G259	3	2,523
260	G260	2	,977
261	G261	2	,952
262	G262	3	1,409
263	G263	3	1,302
264	G264	3	,701

Centros de los conglomerados finales

	Conglomerado			
	1	2	3	4
Puntua(galtest01)	-,79399	-,35695	,69781	-,15286
Puntua(galact01)	3,18595	-,11029	-,38280	-,48959
Puntua(galact02)	-,94670	-,46411	,89570	-,37061
Puntua(galact03)	,46253	,27934	-,50219	-,63698
Puntua(galact04)	-,55553	-,12124	,12873	7,57498

Distancias entre los centros de los conglomerados finales

Conglomerado	1	2	3	4
1		3,393	4,445	9,031
2	3,393		1,926	7,763
3	4,445	1,926		7,603
4	9,031	7,763	7,603	

ANOVA

	Conglomerado		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	gl		
Puntua(galtest01)	25,498	3	,717	260	35,546	,000
Puntua(galact01)	62,971	3	,285	260	220,993	,000
Puntua(galact02)	41,541	3	,532	260	78,053	,000
Puntua(galact03)	13,429	3	,857	260	15,677	,000
Puntua(galact04)	41,263	3	,535	260	77,065	,000

Las pruebas F sólo se deben utilizar con una finalidad descriptiva puesto que los conglomerados han sido elegidos para maximizar las diferencias entre los casos en diferentes conglomerados. Los niveles críticos no son corregidos, por lo que no pueden interpretarse como pruebas de la hipótesis de que los centros de los conglomerados son iguales.

Número de casos en cada conglomerado

Conglomerado	1	17,000
	2	149,000
	3	96,000
	4	2,000
Válidos		264,000
Perdidos		,000

Análisis de conglomerados de K medias

[Conjunto_de_datos1]

Centros iniciales de los conglomerados

	Conglomerado	
	1	2
Zgalest01	2,90	-1,04
Zgalact01	-,48	1,14
Zgalact02	-,92	,31
Zgalact03	3,22	-,88
Zgalact04	,01	-,39

Historial de iteraciones^a

Iteración	Cambio en los centros de los conglomerados	
	1	2
1	2,259	1,807
2	,318	,055
3	,215	,041
4	,080	,015
5	,077	,015
6	,094	,021
7	,158	,042
8	,151	,048
9	,122	,043
10	,128	,054

a. Se han detenido las iteraciones debido a que se ha alcanzado el número máximo de iteraciones. Las iteraciones no han logrado la convergencia. El cambio máximo de coordenadas absolutas para cualquier centro es de ,108. La iteración actual es 10. La distancia mínima entre los centros iniciales es de 6,045.

Pertenencia a los conglomerados

Número de caso	codgal	Conglomerado	Distancia
1	G001	2	1,187
2	G002	1	1,233
3	G004	2	1,039
4	G006	2	2,828
5	G010	2	1,326
6	G011	1	1,651
7	G012	1	,801
8	G013	2	,684
9	G015	2	1,126
10	G016	1	2,131
11	G017	2	1,297
12	G020	1	1,352
13	G021	2	1,049
14	G023	1	,763
15	G024	1	1,281
16	G025	2	,386
17	G026	2	1,392
18	G028	1	1,867
19	G029	2	1,616
20	G030	2	2,294
21	G031	1	1,333

Pertenencia a los conglomerados

Número de caso	codgal	Conglome rado	Distancia
22	G032	1	3,223
23	G033	1	,561
24	G034	1	2,083
25	G035	1	2,811
26	G036	1	2,044
27	G037	1	1,302
28	G038	2	1,247
29	G039	2	1,140
30	G040	2	1,488
31	G041	2	1,635
32	G045	2	1,792
33	G046	1	2,533
34	G047	2	,912
35	G048	1	1,136
36	G049	2	1,395
37	G050	2	1,434
38	G051	2	1,203
39	G052	2	1,231
40	G053	1	1,376
41	G054	1	1,688
42	G057	1	1,667
43	G058	1	,601
44	G059	2	1,374
45	G060	2	2,593
46	G063	1	2,265
47	G064	1	1,497
48	G067	2	1,824
49	G070	1	1,099
50	G071	2	2,056
51	G072	2	1,929
52	G074	2	1,541
53	G077	2	,778
54	G080	2	1,031
55	G082	2	1,378
56	G086	1	1,765
57	G088	2	1,284
58	G091	2	1,049
59	G092	2	,815
60	G093	2	1,403
61	G098	2	1,148
62	G100	2	,663
63	G103	2	1,239
64	G104	2	,792
65	G105	2	1,265
66	G108	2	,370
67	G110	2	1,284
68	G111	2	1,249
69	G112	2	1,015
70	G113	1	1,300
71	G114	2	1,064
72	G115	2	1,228
73	G116	2	1,278
74	G117	1	1,593
75	G118	2	1,179
76	G120	1	1,144

Pertenencia a los conglomerados

Número de caso	codgal	Conglome rado	Distancia
77	G123	2	1,160
78	G124	2	,834
79	G125	1	,885
80	G126	2	1,558
81	G130	1	,664
82	G132	2	1,131
83	G133	1	1,373
84	G134	2	1,040
85	G135	2	,816
86	G138	2	,589
87	G140	2	,724
88	G141	2	,731
89	G144	2	,890
90	G149	2	,541
91	G151	2	1,325
92	G153	1	2,281
93	G154	2	1,579
94	G155	1	1,764
95	G156	2	1,121
96	G158	2	1,002
97	G160	2	,641
98	G164	2	1,413
99	G174	1	1,320
100	G176	2	1,219
101	G177	1	1,743
102	G178	1	1,068
103	G182	1	1,632
104	G184	1	1,243
105	G185	2	,828
106	G188	2	,687
107	G189	2	,942
108	G190	2	1,052
109	G191	2	1,145
110	G192	2	1,447
111	G193	2	,653
112	G194	2	,621
113	G199	2	,445
114	G200	1	1,218
115	G201	2	1,377
116	G203	2	,744
117	G204	2	,978
118	G205	1	1,186
119	G206	2	,887
120	G208	2	1,297
121	G211	2	,991
122	G213	2	1,726
123	G214	2	,786
124	G215	2	1,836
125	G216	2	1,054
126	G217	2	1,243
127	G219	2	1,141
128	G220	2	,909
129	G221	2	,802
130	G222	1	2,137
131	G223	2	1,252

Pertenencia a los conglomerados

Número de caso	codgal	Conglomerado	Distancia
132	G224	2	,598
133	G225	2	,623
134	G228	2	,815
135	G234	2	1,397
136	G235	2	,882
137	G236	2	1,177
138	G240	2	1,228
139	G242	2	1,081
140	G245	2	1,838
141	G246	2	1,065
142	G248	2	,854
143	G249	2	,998
144	G250	2	,674
145	G251	2	,836
146	G252	2	,886
147	G255	1	1,287
148	G260	2	1,002
149	G261	2	,913

Centros de los conglomerados finales

	Conglomerado	
	1	2
Zgalest01	,27	-,60
Zgalact01	-,14	-,10
Zgalact02	-,80	-,33
Zgalact03	1,39	-,16
Zgalact04	,14	-,22

Distancias entre los centros de los conglomerados finales

Conglomerado	1	2
1		1,873
2	1,873	

ANOVA

	Conglomerado		Error		F	Sig.
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	gl		
Zgalest01	22,794	1	,452	147	50,423	,000
Zgalact01	,057	1	,193	147	,298	,586
Zgalact02	6,469	1	,430	147	15,042	,000
Zgalact03	72,558	1	,450	147	161,333	,000
Zgalact04	3,883	1	,314	147	12,377	,001

Las pruebas F sólo se deben utilizar con una finalidad descriptiva puesto que los conglomerados han sido elegidos para maximizar las diferencias entre los casos en diferentes conglomerados. Los niveles críticos no son corregidos, por lo que no pueden interpretarse como pruebas de la hipótesis de que los centros de los conglomerados son iguales.

Número de casos en cada conglomerado

Conglomerado	1	42,000
	2	107,000
Válidos		149,000
Perdidos		,000

ANEXO 3.2. Listado de Grupos de Acción Local (GAL)

En la siguiente tabla se relacionan los 264 GAL españoles para el periodo de programación 2007-2014. Se indica el Tipo de GAL en el que han quedado integrados y el Tipo de Provincia al que pertenecen. Se resaltan los códigos de aquellos GAL en cuya ámbito de actuación opera una MCT.

Código GAL	NOMBRE GAL	TIPO GAL (Mapa 2)	Código PROV	Nombre PROV	TIPO PROV (Mapa 1)
G001	Asociación de Desarrollo Rural Almanzora	3	04	Almería	3
G002	Asociación para el Desarrollo de la Comarca del Levante Almeriense	2	04	Almería	3
G003	Grupo de Desarrollo Rural de la Alpujarra-Sierra Nevada Almeriense	4	04	Almería	3
G004	Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca Filabres-Alhamilla	3	04	Almería	3
G005	Asociación para la Promoción y Desarrollo de la Comarca de Los Vélez	4	04	Almería	3
G006	Asociación Grupo de Desarrollo Rural de los Alcornocales	3	11	Cádiz	4
G007	Asociación para el Desarrollo Rural de la Campiña de Jerez	1	11	Cádiz	4
G008	Asociación para el Desarrollo Rural de la Costa Noroeste de Cádiz	1	11	Cádiz	4
G009	Grupo de Desarrollo Rural del Litoral de la Janda	4	11	Cádiz	4
G010	Asociación Iniciativas Sostenibles Sierra de Cádiz	3	11	Cádiz	4
G011	Asociación para el Desarrollo del Guadajoz y Campiña Este de Córdoba	2	14	Córdoba	4
G012	Asociación Grupo de Desarrollo Rural de la Subbética Cordobesa	2	14	Córdoba	4
G013	Asociación ADROCHES para el Desarrollo Rural de la Comarca de Los Pedroches	3	14	Córdoba	4
G014	Asociación Grupo de Desarrollo Rural Valle del Alto Guadiato	4	14	Córdoba	4
G015	Asociación Grupo de Desarrollo Sostenible de la Campiña Sur Cordobesa	3	14	Córdoba	4
G016	Asociación Desarrollo Rural Sierra Morena Cordobesa	2	14	Córdoba	4
G017	Asociación para el Desarrollo Rural del Medio Guadalquivir	3	14	Granada	4
G018	Asociación para la Promoción Económica de la Vega-Sierra Elvira	1	18	Granada	4
G019	Asociación para la Promoción Económica del Arco Noreste de la Vega de Granada	4	18	Granada	4
G020	Asociación para la Promoción Económica de los Montes de Granada	2	18	Granada	4
G021	Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca de Guadix	3	18	Granada	4
G022	Asociación Grupo de Desarrollo Rural del Altiplano de Granada	4	18	Granada	4
G023	Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino	2	18	Granada	4
G024	Asociación para la Promoción Económica y el Desarrollo Rural de la Alpujarra - Sierra Nevada de Granada	2	18	Granada	4
G025	Asociación para la Promoción Económica del Valle Lecrín-Temple y La Costa	3	18	Huelva	4
G026	Asociación para el Desarrollo Rural del Andévalo Occidental	3	21	Huelva	4
G027	Asociación Grupo de Desarrollo Rural de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche	4	21	Huelva	4
G028	Asociación Desarrollo Rural del Condado de Huelva	2	21	Huelva	4
G029	Asociación para el Desarrollo de la Costa Occidental de Huelva "Guadi-Odiel"	3	21	Huelva	4
G030	Asociación para el Desarrollo Rural Cuenca Minera Riotinto	3	21	Jaén	4
G031	Asociación para el Desarrollo Rural de Sierra Mágina	2	23	Jaén	4
G032	Grupo de Desarrollo Rural "Sierra de Segura"	2	23	Jaén	4
G033	Asociación para el Desarrollo Rural Comarca "Sierra de Cazorla"	2	23	Jaén	4
G034	Asociación para el Desarrollo Socioeconómico de La Loma y Las Villas	2	23	Jaén	4
G035	Asociación Desarrollo Rural del Condado de Jaén	2	23	Jaén	4
G036	Asociación para el Desarrollo Rural de la Sierra Sur de Jaén	2	23	Jaén	4
G037	Asociación para el Desarrollo de la Campiña Norte de Jaén	2	23	Jaén	4
G038	Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca Nororiental de Málaga	3	29	Málaga	3
G039	Grupo de Acción Local Guadalteba	3	29	Málaga	3

G040	Grupo de Acción y Desarrollo Local de la Comarca de Antequera	3	29	Málaga	3
G041	Grupo Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce	3	29	Málaga	3
G042	Asociación Centro de Desarrollo Rural de la Serranía de Ronda	4	29	Málaga	3
G043	Asociación Centro de Desarrollo Rural de la Axarquía	1	29	Málaga	3
G044	Asociación Grupo de Desarrollo Rural de la Sierra de las Nieves	4	29	Málaga	3
G045	Asociación Comarcal Gran Vega de Sevilla	3	41	Sevilla	3
G046	Asociación Grupo de Desarrollo Rural de la Sierra Morena Sevillana	2	41	Sevilla	3
G047	Asociación para el Desarrollo de la Campiña y los Alcores de Sevilla	3	41	Sevilla	3
G048	Asociación Desarrollo Rural Estepa Sierra Sur	2	41	Sevilla	3
G049	Asociación para el Desarrollo Rural del Corredor de la Plata	3	41	Sevilla	3
G050	Asociación para el Desarrollo Local de la Comarca del Bajo Guadalquivir	3	41	Sevilla	3
G051	Asociación de Municipios para el Desarrollo Rural Integral de la Serranía Suroeste Sevillana	3	41	Sevilla	3
G052	Asociación para el Desarrollo de la Comarca de Aljarafe-Doñana	3	41	Sevilla	3
G053	Centro de Desarrollo de la Zona Oriental Huesca	2	22 - 50	Huesca - Zaragoza	2
G054	Centro de Desarrollo Integral del Somontano	2	22	Huesca	2
G055	Centro para el Desarrollo del Sobrarbe y La Ribagorza	4	22	Huesca	2
G056	Asociación "Monegros, Centro de Desarrollo"	4	22 - 50	Huesca - Zaragoza	2
G057	Asociación para el Desarrollo Integral de la Cuna de Aragón	2	22 - 50	Huesca - Zaragoza	2
G058	Asociación para el Desarrollo Rural Comarcal de la Hoya de Huesca / Plana de Uesca	2	22 - 50	Huesca - Zaragoza	2
G059	Asociación para el Desarrollo Integral del Bajo Martín y Andorra-Sierra de Arcos	3	44	Teruel	2
G060	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las Tierras del Jiloca y Gallocanta	3	44 - 50	Teruel - Zaragoza	2
G061	Oficina de Fomento y Desarrollo de la Comarca Cuencas Mineras		44	Teruel	2
G062	Asociación para el Desarrollo Rural de Gúdar, Javalambre y Maestrazgo	4	44	Teruel	2
G063	Asociación para el Desarrollo Rural e Integral de la Comarca de Teruel	2	44	Teruel	2
G064	Grupo de Acción Local Bajo Aragón-Matarraña	2	44	Teruel	2
G065	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de la Sierra de Albarracín	4	44	Teruel	2
G066	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de la Comarca de Campo de Belchite	4	50	Zaragoza	2
G067	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de la Comarca de Calatayud y del Aranda	3	50	Zaragoza	2
G068	Centro para el Desarrollo de Las Comarcas del Mar de Aragón	4	50	Zaragoza	2
G069	Asociación para el Desarrollo y Fomento de las Cinco Villas	4	50	Zaragoza	2
G070	Federación para el Desarrollo Integral de Valdejalón y Campo de Cariñena	2	50	Zaragoza	2
G071	Asociación para el Desarrollo de la Ribera Alta del Ebro	3	50	Zaragoza	2
G072	Asociación para el Desarrollo de las Tierras del Moncayo	3	50	Zaragoza	2
G073	Grupo de Desarrollo Rural Alto Narcea Muniellos	4	33	Asturias	4
G074	Asociación para el Desarrollo Integrado del Cabo Peñas	3	33	Asturias	4
G075	Grupo de Acción Local para el Desarrollo de la Comarca del Camín Real de la Mesa	4	33	Asturias	4
G076	Grupo Acción Local Montaña Central de Asturias	4	33	Asturias	4
G077	Asociación Centro de Desarrollo Navia-Porcía	3	33	Asturias	4
G078	Consortio para el Desarrollo Rural del Oriente de Asturias	4	33	Asturias	4
G079	Asociación Grupo de Desarrollo Rural del Bajo Nalón	4	33	Asturias	4
G080	Centro para el Desarrollo Rural del Valle del Ese-Entrecabos	3	33	Asturias	4
G081	Grupo Local de Acción para el Desarrollo de los Municipios del Alto Nalón, Laviana, Sobrescobio y Caso	4	33	Asturias	4
G082	Centro para el Desarrollo de la Comarca Oscos-Eo	3	33	Asturias	4
G083	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de la Comarca de la Sidra	4	33	Asturias	4
G084	Associació per al desenvolupament rural "Mallorca Rural"	4	07	Baleares	3
G085	Grup D'Acció Local per al Desenvolupament Rural D'Eivissa i Formentera	1	07	Baleares	3
G086	Associació Leader Illa de Menorca	2	07	Baleares	3

G087	Asociación para el Desarrollo Rural de Lanzarote	1	35	Las Palmas	3
G088	Asociación par al Gestión del Desarrollo Rural Maxorata Verde	3	35	Las Palmas	3
G089	Asociación Insular de Desarrollo Rural de Gran Canaria	1	35	Las Palmas	3
G090	Asociación Insular de Desarrollo Rural de Tenerife	1	38	Santa Cruz de Tenerife	3
G091	Asociación Grupo de Desarrollo Rural Occidental	3	38	Santa Cruz de Tenerife	3
G092	Asociación Insular de Desarrollo Rural de La Gomera	3	38	Santa Cruz de Tenerife	3
G093	Asociación para el Desarrollo Rural de la Isla de La Palma	3	38	Santa Cruz de Tenerife	3
G094	Asociación Grupo de Acción Local Asón- Agüera- Trasmiera	4	39	Cantabria	4
G095	Asociación Desarrollo Territorial Campoo Los Valles	4	39	Cantabria	4
G096	Asociación Grupo de Acción Local Liébana	4	39	Cantabria	4
G097	Asociación de Desarrollo Rural Saja-Nansa	4	39	Cantabria	4
G098	Asociación para la Promoción y Desarrollo de la Comarca Pisueña-Pas- Miera	3	39	Cantabria	4
G099	Asociación Grupo Desarrollo Rural de la Sierra de Alcaraz y Campo de Montiel	4	02	Albacete	4
G100	Asociación para el Desarrollo de La Comarca "Monte Ibérico-Corredor De Almansa"	3	02	Albacete	4
G101	Grupo de Acción Local de la Sierra del Segura	4	02	Albacete	4
G102	Asociación para el Desarrollo de La Manchuela	4	02 - 16	Albacete - Cuenca	4
G103	Asociación para el Desarrollo Integral de La Mancha del Júcar-Centro	3	02	Albacete	4
G104	Asociación para la Promoción del Desarrollo de la Comarca "Campos De Hellín"	3	02	Albacete	4
G105	Asociación de Desarrollo del Campo de Montiel y Campo de Calatrava "Tierras de Libertad"	3	13	Ciudad Real	4
G106	Asociación para el Desarrollo Sostenible del Valle de Alcudia	4	13	Ciudad Real	4
G107	Asociación para el Desarrollo de la Comarca de Almadén "Montesur"	4	13	Ciudad Real	4
G108	Asociación para el Desarrollo del Alto Guadiana-Mancha	3	13	Ciudad Real	4
G109	Asociación "Concejo de La Mancomunidad de Cabañeros"	4	13 - 45	Ciudad Real - Toledo	4
G110	Asociación de Desarrollo "Montes Norte"	3	13	Ciudad Real	4
G111	Asociación para el Desarrollo del Campo de Calatrava	3	13	Ciudad Real	4
G112	Asociación para el Desarrollo y la Promoción de La Mancha Norte de Ciudad Real	3	13	Ciudad Real	4
G113	Asociación "Promoción y Desarrollo Serrano"	2	16	Cuenca	4
G114	Federación para el Desarrollo de la Sierra y Mancha Conquense	3	16	Cuenca	4
G115	CEDER Alcarria Conquense	3	16	Cuenca	4
G116	Asociación para el Desarrollo Integral "El Záncara"	3	16	Cuenca	4
G117	Asociación para el Desarrollo Integral de La Manchuela Alta	2	16	Cuenca	4
G118	Federación de Asociaciones para el Desarrollo Territorial Tajo-Tajuña	3	19	Guadalajara	3
G119	Asociación de Desarrollo Rural "Molina de Aragón - Alto Tajo"	4	19	Guadalajara	3
G120	Asociación para el Desarrollo Local de La Sierra Norte de Guadalajara	2	19	Guadalajara	3
G121	Asociación para el Desarrollo de Alcarria y Campiña	4	19	Guadalajara	3
G122	Asociación para el Desarrollo de la Campana de Oropesa	4	45	Toledo	3
G123	Asociación Comarcal "Don Quijote de La Mancha"	3	45	Toledo	3
G124	Grupo de Acción Local "Dulcinea"	3	45	Toledo	3
G125	Asociación para el Desarrollo de la Comarca de Talavera, Sierra de San Vicente y La Jara- Tierras de Talavera	2	45	Toledo	3
G126	Asociación Comarcal "Castillos del Medio Tajo"	3	45	Toledo	3
G127	Asociación para el Desarrollo Integrado del Territorio "Montes Toledanos"	4	45	Toledo	3
G128	Centro de Desarrollo Rural Valle del Tiétar	4	05	Ávila	4
G129	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de La Moraña	4	05	Ávila	4
G130	Fundación para el Desarrollo Local Asocio de Ávila	2	05	Ávila	4
G131	Asociación Intermunicipal para el Desarrollo Rural de la Comarca Barco-Piedrahita-Gredos	4	05	Ávila	4
G132	Asociación para el Desarrollo Comarcal Bureba	3	09	Burgos	2
G133	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las Comarcas	2	09	Burgos	2

	circundantes del Camino de Santiago comprendidas entre Castrojeriz y Fromista				
G134	Asociación para el Desarrollo de La Comarca del Arlanza	3	09	Burgos	2
G135	Asociación para el Desarrollo Rural e Integral de La Ribera del Duero Burgalesa	3	09	Burgos	2
G136	Asociación Grupo de Acción Local Sierra de La Demanda	4	09	Burgos	2
G137	Asociación Centro de Desarrollo Rural Merindades	4	09	Burgos	2
G138	Asociación para el Desarrollo de La Comarca Berciana	3	24	León	4
G139	Asociación Grupo de Acción Local Montaña de Riaño	4	24	León	4
G140	Asociación Intermunicipal para el Desarrollo Local de la zona de Sahagún-Sureste de León	3	24	León	4
G141	Asociación Poeda, Páramo Órbigo Esla Desarrollo Asociado	3	24	León	4
G142	Asociación Cuatro Valles	4	24	León	4
G143	Asociación Montañas del Teleno	4	24	León	4
G144	Asociación para el Desarrollo Rural Integral del Cerrato Palentino	3	34	Palencia	4
G145	Agrupación Comarcal de Desarrollo de la Montaña Palentina	4	34	Palencia	4
G146	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las Comarcas Naturales de los Páramos y Valles Palentinos	4	34	Palencia	4
G147	Asociación Intermunicipal para el Desarrollo Local de la Comarca de Tierra de Campos Palentina	4	34	Palencia	4
G148	Asociación para el Desarrollo Rural Integral de las Sierras de Salamanca	4	37	Salamanca	4
G149	Asociación para el Desarrollo Endógeno del Territorio Nordeste de Salamanca	3	37	Salamanca	4
G150	Asociación para el Desarrollo de la Comarca de Ciudad Rodrigo	4	37	Salamanca	4
G151	Asociación para el Desarrollo Rural y Económico de las Comarcas del Campo Charro, Alba de Tormes y Guijuelo	3	37	Salamanca	4
G152	Asociación para el Desarrollo de la Zona Oeste de Salamanca	4	37	Salamanca	4
G153	Asociación Coordinadora para el Desarrollo Integral del Nordeste de Segovia	2	40	Segovia	4
G154	Asociación Honorse-Tierra de Pinares	3	40	Segovia	4
G155	Asociación para el Desarrollo Rural Segovia Sur	2	40	Segovia	4
G156	Asociación Intermunicipal para el Desarrollo Local en la Comarca de Santa María la Real de Nieva	3	40	Segovia	4
G157	Asociación Pinares El Valle para el Desarrollo Rural Integral	4	42 - 09	Soria - Burgos	4
G158	Asociación Proyecto Noreste de Soria	3	42	Soria	4
G159	Asociación para el Desarrollo Endógeno de Almazán y otros municipios	4	42	Soria	4
G160	Asociación para el Desarrollo Rural Integral Tierras Sorianas del Cid	3	42	Soria	4
G161	Asociación para el Desarrollo Rural Integrado de Tierra de Campos – Zona Norte de Valladolid	4	47	Valladolid	2
G162	Asociación para el Desarrollo Rural Ruta del Mudéjar	4	47	Valladolid	2
G163	Asociación Duero Esgueva	4	47	Valladolid	2
G164	Asociación para el Desarrollo Endógeno en la Zona Centro de Valladolid	3	47	Valladolid	2
G165	Asociación Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos	4	47	Valladolid	2
G166	Asociación para el Desarrollo de Aliste, Tabara y Alba	4	49	Zamora	4
G167	Asociación para el Desarrollo Económico Rural Integral de Sayago	4	49	Zamora	4
G168	Asociación para el Desarrollo Integrado de Sanabria y Carballada	4	49	Zamora	4
G169	Asociación para el Desarrollo Integral de Las Mancomunidades de La Comarca de Los Valles de Benavente	4	49	Zamora	4
G170	Asociación Grupo de Acción Local Toro, Guareña y Vino	4	49	Zamora	4
G171	Asociación de Desarrollo Rural Integral Palomares (Vía de la Plata, Salinas, Norte Duero)	4	49	Zamora	4
G172	Associació pel Desenvolupament Rural de la Catalunya Central	4	08 - 25	Barcelona - Lleida	1
G173	Associació per al Desenvolupament Rural Integral de la Zona Nord - Oriental de Catalunya	4	17 - 08	Girona - Barcelona	2
G174	Associació per la Gestió del Programa Leader Ripollès Ges - Bisaura	2	17 - 08	Girona - Barcelona	2
G175	Consorci Grup D'acció Local Noguera - Segrià Nord	4	25	Lleida	2
G176	Consorci Garrigues per al Desenvolupament del Territori	3	25	Lleida	2
G177	Consorci per al Desenvolupament de la Catalunya Central	2	25	Lleida	2
G178	Consorci Leader Urgell- Pla D'urgell	2	25	Lleida	2

G179	Consorci Grup D'acció Local Alt Urgell - Cerdanya	4	25 - 08	Lleida - Barcelona	2
G180	Consorci Centre de Desenvolupament Rural Pallars-Ribagorça	4	25	Lleida	2
G181	Consorci Leader Priorat Baix Camp	4	43	Tarragona	2
G182	Consorci de Desenvolupament Alt Camp, Conca De Barberà I Anoia	2	43 - 08	Tarragona - Barcelona	2
G183	Consorci Intercomarcal d'Iniciatives Socioeconòmiques	4	43	Tarragona	2
G184	Consorci per al Desenvolupament del Baix Ebre i Montsià	2	43	Tarragona	2
G185	Centro de Desarrollo Rural Campiña Sur	3	06	Badajoz	4
G186	Consorcio Centro de Desarrollo Rural "La Serena"	4	06	Badajoz	4
G187	Consorcio Centro de Desarrollo Rural "La Siberia"	4	06	Badajoz	4
G188	Federación para el Desarrollo de Sierra Grande Tierra de Barros	3	06	Badajoz	4
G189	Asociación para el Desarrollo Rural Jerez-Sierra Suroeste	3	06	Badajoz	4
G190	Centro de Desarrollo Comarcal de Tentudía	3	06	Badajoz	4
G191	Asociación para el Desarrollo de la Comarca de Olivenza	3	06	Badajoz	4
G192	Asociación para el Desarrollo de La Comarca de Lácara	3	06	Badajoz	4
G193	Asociación para el Desarrollo de Las Vegas Altas del Guadiana	3	06 - 10	Badajoz - Cáceres	4
G194	Asociación Centro de Desarrollo Rural Zafra - Río Bodión	3	06	Badajoz	4
G195	Asociación para el Desarrollo Integral de la Comarca de Las Hurdes	4	10	Cáceres	4
G196	Asociación Promoción y Desarrollo Rural Comarca de Villuercas, Ibores y Jara	4	10	Cáceres	4
G197	Asociación para el Desarrollo de Monfragüe y su Entorno	4	10	Cáceres	4
G198	Asociación para el Desarrollo de la Comarca Tajo-Salor-A.monte	4	10	Cáceres	4
G199	Asociación para el Desarrollo del Valle del Alagón	3	10	Cáceres	4
G200	Asociación para el Desarrollo Integral de la Comarca de la Vera	2	10	Cáceres	4
G201	Asociación para la Promoción y el Desarrollo de la Comarca de Trasierra Tierras de Granadilla "Cáparra"	3	10	Cáceres	4
G202	Asociación Desarrollo Integral del Valle del Ambroz	4	10	Cáceres	4
G203	Asociación para el Desarrollo Integral de Sierra de Gata	3	10	Cáceres	4
G204	Asociación para el Desarrollo Integral de la Comarca Miajadas-Trujillo	3	10	Cáceres	4
G205	Asociación para el Desarrollo de la comarca del Campo Arañuelo	2	10	Cáceres	4
G206	Asociación para el Desarrollo Integral de Sierra de Montánchez y Tamuja	3	10	Cáceres	4
G207	Sociedad para la Promoción y Desarrollo del Valle del Jerte	4	10	Cáceres	4
G208	Asociación para el Desarrollo de la Sierra de San Pedro-Los Baldíos	3	06 - 10	Cáceres - Badajoz	4
G209	Asociación de Desenvolvemento Rural "Mariñas Betanzos"	1	15	Coruña (A)	4
G210	Asociación Terras de Compostela	1	15	Coruña (A)	4
G211	Grupo de Desenvolvemento Rural Utm23- Ulla Tambre Mandeo	3	15	Coruña (A)	4
G212	GDR "Asociación Costa Noroeste"	1	15	Coruña (A)	4
G213	Asociación para O Desenvolvemento da Comarca de Bergantiños	3	15	Coruña (A)	4
G214	Asociación de Desenvolvemento Comarca de Ordes	3	15	Coruña (A)	4
G215	Asociación de Desarrollo Local DELOA	3	15	Coruña (A)	4
G216	Asociación EUROEUME	3	15	Coruña (A)	4
G217	Asociación Costa da Morte GDR	3	15	Coruña (A)	4
G218	Asociación de Desenvolvemento Rural Ancares-Courel	4	27	Lugo	4
G219	Asociación Grupo de Desenvolvemento Rural Ribeira Sacra	3	27	Lugo	4
G220	Asociación Miño-Ulla	3	27	Lugo	4
G221	Asociación Montes e Vales	3	27	Lugo	4
G222	Asociación Terras de Lugo	2	27	Lugo	4
G223	Asociación de Desenvolvemento da Comarca de A Mariña	3	27	Lugo	4
G224	Asociación Os Sete Castros	3	27	Lugo	4
G225	Asociación de Desenvolvemento Comarcal da Terra Chá	3	27	Lugo	4
G226	Asociación Avinza GDR 15	4	32	Ourense	4
G227	Asociación de Desenvolvemento Rural da Comarca De Ourense	1	32	Ourense	4
G228	Asociación GDR Valdeorras	3	32	Ourense	4
G229	Grupo de Desenvolvemento Rural da Limia	4	32	Ourense	4
G230	Asociación " O Vieiro- Leboeiro"	4	32	Ourense	4

G231	Asociación de Desenvolvemento Rural "Asociación Carballiño-O Ribeiro"	4	32	Ourense	4
G232	Asociación para O Desenvolvemento Rural Sil-Bibeí-Navea	4	32	Ourense	4
G233	Asociación MONTEVAL	4	32	Ourense	4
G234	Asociación de Desenvolvemento Rural Condado Paradanta	3	36	Pontevedra	4
G235	Asociación Grupo de Desenvolvemento Rural Ulla-Umia-Lérez	3	36	Pontevedra	4
G236	Asociación de Desenvolvemento Rural Terras do Deza	3	36	Pontevedra	4
G237	Asociación de Desenvolvemento Rural Pontevedra Morrazo	1	36	Pontevedra	4
G238	Asociación Grupo de Desenvolvemento Rural Mancomunidade da Área Intermunicipal de Vigo-Baixo Miño	1	36	Pontevedra	4
G239	Grupo de Desenvolvemento Rural O Salnés	1	36	Pontevedra	4
G240	Asociación de Desarrollo Rural Aranjuez-Comarca de las Vegas	3	28	Madrid	1
G241	Consortio para la Gestión del Grupo de Acción Local Sierra Norte de Madrid	4	28	Madrid	1
G242	Asociación de Desarrollo de la Campiña del Henares	3	28	Madrid	1
G243	Grupo de Acción Local Sierra del Jarama	4	28	Madrid	1
G244	Consortio de la Sierra Oeste	4	28	Madrid	1
G245	Asociación para el Desarrollo Rural Integrado de los municipios de La Vega del Segura	3	30	Murcia	3
G246	Integral, Sociedad para el Desarrollo Rural	3	30	Murcia	3
G247	Asociación para el Desarrollo Rural Campoder	1	30	Murcia	3
G248	Asociación para el Desarrollo Comarcal del Nordeste de La Región de Murcia	3	30	Murcia	3
G249	Asociación Cederna Garalur Elkartea Centro de Desarrollo Rural de Navarra	3	31	Navarra	2
G250	Asociación TEDER "Tierra Estella Desarrollo Rural"	3	31	Navarra	2
G251	Grupo de Acción Local de la Zona Media de Navarra	3	31	Navarra	2
G252	Grupo de Acción Local Consortio para las Estrategias de Desarrollo de la Ribera de Navarra (Consortio EDER)	3	31	Navarra	2
G253	Asociación para el Progreso del Desarrollo Rural MENDINET	1	01 - 20 - 48	Áraba - Guipuzkoa - Bizkaia	2
G254	Asociación para el Desarrollo Rural de La Rioja Suroriental		26	La Rioja	2
G255	Asociación para el Desarrollo Rural de La Rioja Alta	2	26	La Rioja	2
G256	Centro Europeo de Información y Promoción del Medio Rural en La Rioja	4	26	La Rioja	2
G257	Asociación Centro de Desarrollo Rural	4	03 - 46	Alicante - Valencia	3
G258	Grupo de Desarrollo Rural Comarca Els Ports-Maestrat	4	12	Castellón	3
G259	Asociación Ruralter Castellón Sur	4	12	Castellón	3
G260	Asociación-Ruralter Leader Zona 1	3	12	Castellón	3
G261	Asociación Ruralter- Leader Zona 7	3	46	Castellón	3
G262	Grupo de Desarrollo Rural Ruralter-Leader Zona 6	4	46	Valencia	2
G263	Asociación para el Desarrollo Rural Valencia Interior	4	46	Valencia	2
G264	Asociación del Llano de Chiva a la Plana de Utiel	4	46	Valencia	2