

Por concluir de forma sintética, nos encontraríamos ante el escenario en el que el viejo adagio jurídico "*Prior in tempore potior in iure*" (El primero en el tiempo es aquel que consolida una mejor posición en su derecho), cobraría toda su virtualidad, puesto que no ha de pasar inadvertido el hecho de que nos enfrentamos a un asunto de naturaleza jurídica en la medida que de consolidar derechos se trata, y como consecuencia de ello, el coste de oportunidad que supone el llegar antes y en mejores condiciones en el iter de acceso al pretendido derecho, el cual una vez sea consolidado nos permitirá oponer la posición jurídica adquirida frente a terceros.

La famosa "guerra del pisco" entre Perú y Chile, al margen de los elementos antropológicos nada desdeñables que en ella confluyen, podría ilustrar este tipo de conflictos, acreditando que el contexto de las IG no siempre es pacífico, proble-

mática que Josling (2006) acertadamente abordó.

En aras a sintetizar/apreciar de una manera integral los distintos elementos que nos han permitido contextualizar la dinámica de implantación de las IG descrita en el presente apartado, y considerando la ausencia de un modelo formalizado preestablecido que favorezca parametrizar las distintas variables que conforman el proceso, -debido fundamentalmente a la escasa literatura técnica existente sobre la cuestión-, el análisis DAFO, además de paliar la reseñada laguna metodológica, presenta 2 virtualidades en relación con el objeto de análisis que nos ocupa:

- Acreditar el carácter dinámico y en cierta medida abierto del proceso objeto de análisis descriptivo.
- Poner en evidencia su carácter multifactorial con un nada desdeñable número de variables cualitativas que dificultan su óptimo tratamiento.

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS

Una vez constatada la innegable presencia de las IG en la escena internacional y considerando el fenómeno de globalización de la competencia en el mercado mundial agroalimentario, siguiendo el modelo de Porter (1980) podemos advertir 4 posibles estrategias seguidas por las diferentes IG sin prejuzgar la adscripción sectorial y / o territorial de las mismas y atendiendo en exclusiva a su dimensión genérico comercial o de marketing.

- **Liderazgo en costes general.** No es la estrategia que más se compadece con la idiosincrasia de las IG, si bien es perfectamente posible, siendo Roquefort el paradigma de la misma. La activa presencia de dos grandes grupos alimentarios en la IG, unida a una agresiva política de precios -condicionada

Europa
invierte en las zonas rurales

ACEITES de OLIVA VIRGENES EXTRA
con DENOMINACIÓN de ORIGEN PROTEGIDA

La CALIDAD
La da NUESTRA
TIERRA

Compartimos una historia, una cultura y el trabajo de nuestros agricultores, que seleccionan las aceitunas para elaborar el mejor zumo de oliva. Ricos en antioxidantes naturales muy beneficiosos para la salud, nuestros aceites presentan un frutado de aceituna verde intenso y un amargor- picor de intensidad media.

WWW.DOANTEQUERA.ORG
WWW.MONTORO-ADAMUZ.COM

ANTEQUERA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

aceite de OLIVA VIRGEN extra

MONTORO ADAMUZ
CONSEJO REGULADOR

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

EXTRA VIRGIN OLIVE OIL