



*Titulo estudio de caso:*

**“Chivito criollo del Norte Neuquino”  
Chos Malal, Neuquén - Patagonia, Argentina**

**Consultoría realizada para la FAO y el IICA en el marco del estudio  
conjunto sobre los productos de calidad vinculada al origen, por:**

*Marcelo Pérez Centeno*

*Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria  
Argentina*

**Diciembre 2007**

Las opiniones expresadas en esta publicación son las de su(s) autor(es), y no reflejan necesariamente los puntos de vista de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, ni del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

## Estudio de caso: “Chivito criollo del Norte Neuquino” – Chos Malal, Neuquén - Patagonia, Argentina<sup>1</sup>

### *I. Marco institucional y legal*

- *Posición del país en cuanto a los sellos de calidad relacionados con el origen y sus manifestaciones al nivel de las políticas (promoción de exportaciones, régimen tributario, promoción del turismo, desarrollo territorial y otras que se identifiquen )*
- *Origen de la implementación del marco legal e institucional en el país (respondió a una necesidad de productores? A un proceso de armonización de políticas con terceros países? A una iniciativa de las entidades gubernamentales encargadas de los temas de propiedad intelectual, o de normatividad técnica?)*
- *Tipo de legislación, acuerdos con otros países en este tema.*
- *Instituciones involucradas en el tema (ministerios, oficina de propiedad intelectual, comisión nacional...?)*
- *Reglamentación en cuanto el producto estudiado*

El marco legal que regula en Argentina las Indicaciones geográficas es la ley N° 25380 sancionada el 30 de noviembre de 2000 y promulgada el 9 de enero del 2001. Con posterioridad, se introdujeron modificaciones a la misma mediante la ley N° 25.966 sancionada el 17 de noviembre de 2004 y promulgada el 20 de diciembre del mismo año. Estas leyes enmarcan los procesos de diferenciación para los productos agrícolas y alimentarios así como establece las disposiciones generales para la solicitud de las mismas, regula los Consejos de Denominación y establece el registro para las indicaciones de procedencia. Los productos vitícolas están comprendidos por la ley N° 25.163.

La autoridad de aplicación de la ley es la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, dependiente del Ministerio de Economía, que cumple funciones de asesoramiento, vigilancia, verificación, control, registro, defensa del sistema de Denominación de Origen y representación ante los organismos internacionales. Dicha institución actúa como cuerpo técnico-administrativo del sistema de designación de la procedencia y/u origen de los productos agrícolas y alimentarios, articula con el Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual así como celebra acuerdos bilaterales o multilaterales para la protección y promoción de las Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios reconocidas por nuestro país. Al mismo tiempo gestionará la inscripción de las Indicaciones de Procedencia y de las Denominaciones de Origen, en el Registro de la Propiedad Industrial de las Naciones Unidas, en la Organización Mundial del Comercio, y/u otros registros internacionales o regionales a crearse.

La ley crea la Comisión Nacional Asesora de Denominación de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios que funcionará como cuerpo consultivo permanente y no vinculado dentro de la estructura orgánica de la Autoridad de Aplicación.

La ley define la existencia de Indicaciones Geográficas que identifica un producto como originario del territorio de un país, o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad u otras características del producto sean atribuibles fundamentalmente a su origen geográfico.

---

<sup>1</sup> Marcelo Pérez Centeno, PhD, Ing. Agr. INTA EEA Bariloche  
María Rosa Lanari, PhD, Ing. Agr. INTA EEA Bariloche.  
Ernesto Domingo, PhD, Med. Vet. INTA EEA Bariloche  
Facundo López Raggi, Lic. Adm. INTA CR Patagonia Norte  
María Zimerman, Ing. Zootec. INTA EEA Bariloche

Las Denominación de Origen sirve para designar un producto originario de una región, provincia, departamento, distrito, localidad o de un área territorio nacional debidamente registrado y cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos

La resolución N°202/06 instruye a la Dirección Nacional de Alimentos dependiente de la SAGPyA para que recepcione las solicitudes de reconocimiento de indicaciones geográficas y denominaciones de origen; aunque aún la norma legal no ha sido reglamentada, ni los órganos consultivos implementados.

Si bien no existe una política pública activa que promueva la implementación de productos diferenciados por el origen, diferentes organismos como la Secretaría de Ciencia y Técnica (SeCyT) y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) lo han priorizado en los subsidios para investigación y desarrollo<sup>2</sup>. Sin embargo, estos proyectos de investigación no están acompañados de una política activa para la promoción de productos diferenciados ni de una política tributaria diferencial.

Desde la SAGPyA se ha promocionado el desarrollo de “Rutas Alimentarias”<sup>3</sup> que articulan la producción agroalimentaria local con el paisaje como elemento movilizador del turismo, sin que ello implique la implementación de procesos de diferenciación.

Las provincias argentinas, como estados autónomos disponen de leyes y de programas específicos en sus territorios. En estas jurisdicciones existen experiencias amparadas por sus propios marcos regulatorios, que no han sido posteriormente homologadas con las leyes nacionales.

El estudio de caso que vamos a presentar corresponde a la primera solicitud formalmente presentada en la SAGPyA<sup>4</sup> en diciembre de 2005, que aspira a la obtención de una Denominación de Origen para el chivito criollo del norte de Neuquén.

## II. La zona geográfica y sus recursos específicos

### 1. Contexto general del territorio

*Aquí se desea los desafíos del territorio que parecen útiles de precisar como contexto para entender las modalidades de desarrollo del proceso /del sello en el producto estudiado, sus ventajas e inconvenientes...pero no se espera una descripción amplia y completa (un párrafo o dos):*

*Elementos demográficos, la agricultura, los desafíos económicos, sociales y ambientales. Oportunidades y amenazas externas, fortalezas y debilidades, en cuanto el desarrollo rural y agrícola.*

El principal sistema de producción del norte de Neuquén es la ganadería extensiva. Los productores, localmente denominados crianceros, constituyen un grupo social de 1500 familias con fuerte arraigo a la tierra dedicados a la cría caprina trashumante de estacionalidad estricta (Lanari et al, 2006). Sus unidades de producción están asentadas sobre tierras fiscales de propiedad provincial<sup>5</sup> con una inserción limitada al mercado. El

<sup>2</sup> Diferentes proyectos de investigación trabajan directa o indirectamente sobre procesos de diferenciación: AETA 2683 “Herramientas de Gestión de la Calidad”; PNFIB1293 “Desarrollo de protocolos para la producción diferenciada de lanas y fibras especiales” o bien el PNTER 1313 “Estudio de la diversidad de procesos de innovación y desarrollo territorial para la construcción de propuestas teóricas y metodológicas mejoradoras de la intervención”.

<sup>3</sup> [http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/revistas/r\\_10/10\\_01\\_rutas.htm](http://www.alimentosargentinos.gov.ar/0-3/revistas/r_10/10_01_rutas.htm)

<sup>4</sup> Expediente S01-0173848/2006

<sup>5</sup> Los crianceros abonan un derecho de pastaje anual por las tierras ocupadas en campos fiscales. Los derechos de uso son transmisibles de una generación a la otra, siendo el productor propietario únicamente de las mejoras

sistema se enraíza en los pueblos originarios de la patagonia y presenta actualmente restricciones como consecuencia de múltiples factores: Reducción de las áreas de pastoreo por el uso competitivo del suelo por la actividad forestal y petrolera; la clausura y apropiación privada de las rutas de arreo; migración de jóvenes en búsqueda de empleo y escolarización; envejecimiento de los productores; dificultad para defender su producto en el mercado y escasa organización de los productores entre otros problemas, que son comunes a otras comunidades pastorales (Blench, 2000; Leneman & Reid, 2001). Estas dificultades se suman a las condiciones estructurales que el sistema presenta por la fragilidad agroecológica, la tenencia precaria de la tierra, la dispersión geográfica, la distancia a los mercados y una oferta atomizada.



Mapa N° 1 Neuquén en Argentina - El área de estudio

Sin embargo el principal producto del sistema: el “chivito” no sólo es motivo de orgullo para los crianceros sino que detenta un alto reconocimiento en los mercados regionales. La utilización de su nombre como argumento de venta por el sector comercial en las áreas de consumo, es un claro indicador del prestigio que goza el mismo. En la actualidad, no es posible al consumidor diferenciar el producto ya que no existe ningún mecanismo que garantice su procedencia.

En otras palabras, nos situamos frente a un sistema marginal de baja dotación de recursos económicos y alta fragilidad de los recursos naturales que dispone un alto capital cultural, un recurso genético adaptado y un producto de calidad reconocida. El uso de signos de distinción como la Denominación de Origen (DO), se evidencian como una

introducidas en el predio. La ausencia de títulos impide el acceso a fuentes de financiación así como existe el riesgo potencial de usurpación por nuevos ocupantes.

herramienta que beneficia tanto al sector productivo como a los consumidores (Lacroix et al, 2000). Estos instrumentos generan un impacto social positivo (Jatib, 1995), ya que no sólo distingue un producto sino que lo vincula con el saber hacer y la cultura existente detrás de la actividad productiva.

## 2. Delimitación de las zonas de producción/ de transformación

### Límites:

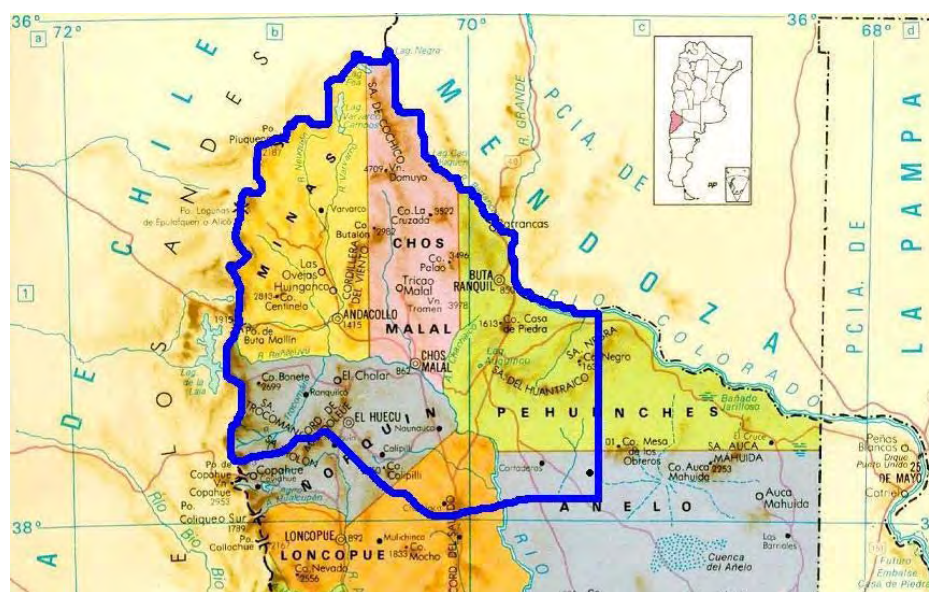
- a. Indicar con qué están relacionados: con zonas administrativas, regiones geográficas, cuencas hidrográficas, condiciones edafo-climáticas...
- b. Indicar si el territorio no corresponde a una zona continua sino que está en distintas áreas no continuas.

La zona correspondiente a la Denominación de Origen “Chivito Criollo del Norte Neuquino” se ubica al Norte de la provincia de Neuquén (Patagonia, Argentina) y comprende la totalidad de los departamentos Minas y Chos Malal y parte de los departamentos Pehuenches, Ñorquín, Añelo y Loncopue. La misma abarca la alta cuenca del río Neuquén y la cuenca neuquina del río Barrancas- Colorado, extendiéndose entre los 71° y 69° de longitud oeste y los 36° y 38° de latitud sur.

Limita al Norte con la provincia de Mendoza y al oeste con la Cordillera de los Andes. El límite sur está definido por la cordillera de Mandolegüe que separa la cuenca del río Agrío en el departamento Ñorquín con el valle de las Damas perteneciente a la cuenca del río Trocomán afluente del río Neuquén. Al este limita con la zona de la Sierra Negra ubicada en el departamento Pehuenches hasta la zona conocida como Punta Carranza, ambas ubicadas a los 69° de longitud oeste (Mapa N° 2)

El área de la DO está integrada por todas las unidades de producción que hacen trashumancia a los campos de veranada ubicados en los departamentos Minas, Chos Malal, Pehuenches o Ñorquín, comprendidas dentro de la cuenca del río Neuquén y Barrancas – Colorado.

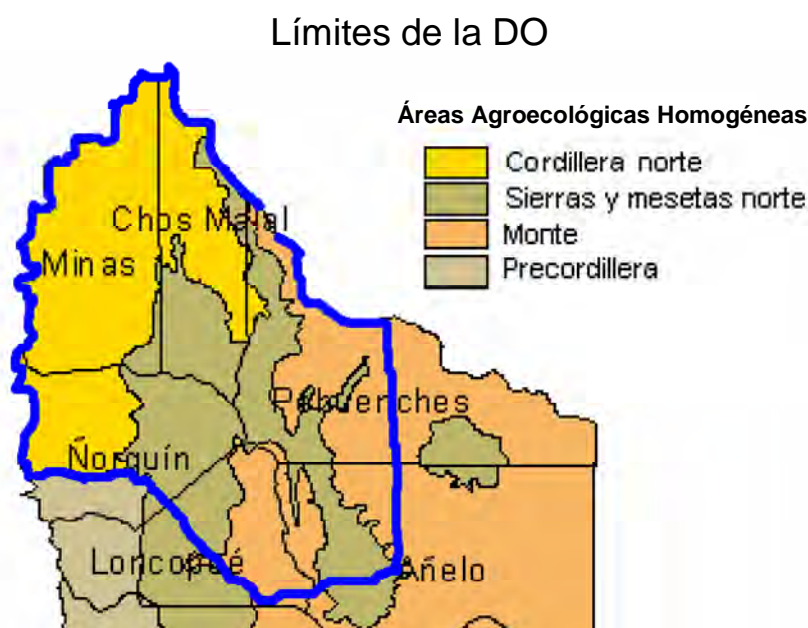
**Mapa 1: Límites de la Denominación de Origen**



La definición del área a proteger a través de la Denominación de Origen es la síntesis de factores naturales, humanos e históricos.<sup>6</sup> La misma comprende el área de cría de la raza caprina “**criolla neuquina**”, recientemente reconocida por FAO, que se extiende en el Norte y centro este de la provincia (Lanari, Pérez Centeno, et Domingo, 2007; Lanari, 2003)<sup>7</sup>. Ahora bien, la presencia de la raza criolla neuquina no es suficiente para definir el área geográfica de pertenencia a la DO, ya que un aspecto diferencial del modo de producción regional es la **trashumancia**.

Los productores del Este de los departamentos Pehuenches y sudeste de Añelo, ubicados en el AEH de Monte y de Sierras y Mesetas Norte, están excluidos de la DO ya que no hacen trashumancia con sus animales, pastoreando en el mismo campo todo el año (Mapa N°2).

Mapa 2 Límites de la DO y áreas AH



La región a protegerse es aquella cuyos campos de veranada se encuentran en el área agroecológica homogénea (AEH)<sup>8</sup> de “Cordillera Norte” que se diferencia del AEH “Precordillera” por la diferencia en la composición de los pastizales de veranada, la presencia de cabras de la raza “Angora” (Lanari, 2003), así como un modo de circulación de su población diferente cuyo centro es la localidad de Zapala. Este modo de utilización del espacio y de circulación de la sociedad local es la consecuencia de los procesos históricos de población, la integración con las localidades de abastecimiento y comercialización ubicadas en Chile y la posterior construcción de localidades en territorio neuquino que contribuyeron a la construcción de la identidad regional.

Es por ese motivo que ciertos productores cuyos campos de invernada se encuentran en el área AEH de “Sierras y Mesetas Norte” o bien de “Monte” en los departamentos Loncopué y Añelo que realizan trashumancia a veranadas del AEH de “Precordillera” quedan fuera de los límites de la DO.

<sup>6</sup> Los límites de la DO y el protocolo fueron definidos en cuatro talleres efectuados en el 2005 con participación de más de 150 productores, comercializadores e instituciones públicas vinculadas a la actividad caprina.

<sup>7</sup> <http://www.fao.org/ag/againfo/programmes/en/genetics/map.html>

<sup>8</sup> Las AEH son definidas como superficies en las que se interrelacionan elementos del medio natural -relieve, clima, hidrografía y bioma-. Cada AEH presenta una identidad no sólo de paisaje natural, sino también social. Bran (2002)

En consecuencia, la presencia de estos tres factores:

- La cabra “Criolla Neuquina”
- La trashumancia
- La existencia de una identidad común construida en función de los usos del espacio y los modos de circulación.

delinean áreas geográficas diferentes que se superponen en el área que define la Denominación de Origen.

*c. Indicar si la actividad es tradicional en todo el territorio, o si la protección y la tradición han motivado y propiciado el desarrollo de nuevas zonas de producción.*

La cría de caprinos es tradicional en la provincia de Neuquén, así como en el sur de Mendoza, este de la Pampa y sur de la provincia de Río Negro. En la provincia de Neuquén existen diferentes sistemas de producción, al norte basado en la raza criolla neuquina se especializa en la producción de carne y en el centro basado en la raza “angora” se produce fibra “mohair”. Los rodeos fuera de las provincias vecinas no son homogéneos existiendo diferentes grupos raciales.

*d. Indicar si todas las actividades relacionadas al producto ocurren en el territorio. ¿Las materias primas y los insumos para los procesos se producen todos en el territorio, o hay parte de ellos que provienen de otros territorios? ¿Cuáles? ¿en que proporción?*

La totalidad de las actividades vinculadas a la cría y transformación de la producción caprina ocurren en el territorio definido por la DO. Sólo los productos sanitarios y las áreas de consumo son externas a sus límites.

Problemas relacionados y razones:

*Zonas diferentes de producción y de transformación, aislamiento, accesibilidad a los mercados, etc.*

*¿Existen conflictos entre límites del territorio y límites administrativos?*

La totalidad del territorio de la DO está comprendida dentro de los límites administrativos de la provincia de Neuquén y las áreas de consumo son extraregionales (Departamento Confluencia y de los Lagos) o extraprovinciales (Alto Valle del Río Negro y Bariloche) sin que esta situación signifique una restricción o un conflicto para el producto.

### **3. Recursos locales/ especificidades**

Materiales, físicos: *condiciones edafo-climáticas (“terruño”), paisaje, razas animales o variedades vegetales o fermentos láctico etc..., específicas, endémicas.*

Es una región montañosa que ocupa más de 25000 km. La cordillera de los Andes ubicada en el límite oeste de la región es un cordón con dirección Norte – Sur, que presenta en estas latitudes una serie de pasos a baja altura que facilitan la comunicación con Chile. Paralelamente a la cordillera de los Andes se encuentra la cordillera del Viento, cuyo extremo norte se encuentra coronado por el volcán Domuyo (4709 msnm). La altura promedio de este cordón montañoso es de 3300 msnm, siendo a esta latitud superior a la cordillera de los Andes. Otro sistema montañoso aislado ubicado hacia el este es el Auca Mahuida (2273 msnm) que presenta una dirección SO-NE. Este sistema separa los departamentos de Pehuenches y Añelo (Mapa N°2).

El Norte Neuquino presenta dos cuencas fluviales relevantes como la del río Neuquén y la de los ríos Barrancas-Colorado. La alta cuenca del río Neuquén es el principal curso de agua de la zona norte que nace en la cordillera de los Andes y recibe numerosos



afluentes como el Varvarco, Nahueve, Reñileuvú, Trocomán provenientes de los deshielos de la Cordillera de los Andes y la vertiente occidental de la cordillera del Viento y el Curí Leuvú que aporta las aguas de la vertiente oriental de dicha cordillera. El río Barrancas junto con el río Colorado, al norte de la provincia, forman el límite con la provincia de Mendoza. Esta cuenca, recibe desde el sur las aguas de la vertiente noreste del Domuyo y el Trómen. La cantidad y calidad de las aguas del deshielo cordillerano son destacables.

Las condiciones climáticas son determinadas por diversos factores que inciden regional y localmente. La altitud ejerce una gran influencia sobre las temperaturas medias y sobre el tipo de precipitación nívea o pluvial, que recibe cada zona (Cuadro N°4).

**Cuadro 1: Condiciones climáticas del norte neuquino.**

Departamento	Altitud (msnm)	Precipitación media anual (mm)	Temperaturas medias (°C)	
			Máxima	Mínima
Chos Malal Norte	1.200-2.400	1000	20	3
Minas - Norquín	1.200-1.500	750	20	4
Pehuenches	600-1.200	300	22	5

Fuente: Méndez Casariego (ed.) 2003. AIC (1997-2002)

La provincia presenta seis Áreas Ecológicas Homogéneas (AEH) de las cuales tres se encuentran en el área de estudio: Cordillera Norte, Sierras y Mesetas Norte y el Monte (Mapa N°2).

La altura define áreas de aptitud ganadera a partir de cuyo uso estacional se estructura el sistema de producción tradicional. En "Cordillera Norte" se ubican los campos de veranada, por encima de los 1500 msnm hasta los 2000 msnm. El uso de estas áreas está restringido por el clima ya que la acumulación de nieve obliga a retirar los animales, permitiendo el descanso invernal y la recuperación de una temporada a otra.

La vegetación es gramínea con proporción variable de subarbustos y arbustos. Las principales gramíneas presentes son los coirones (*Festuca pallescens*, *Poa ligularis* y *Stipa speciosa*), mientras que entre los arbustos y subarbustos se destacan el neneo (*Mulinum spinosum*), colimamil (*Adesmia* sp), huingan (*Schinus polygamus*). En los mallines<sup>9</sup> de altura las especies predominantes son el pasto mallín (*Poa pratensis*), juncos o pasto de vega (*Juncus bálticus*), trébol blanco (*Trifolium repens*) y Cárex (*Cárex* sp.).

Las Sierras y Mesetas Norte constituyen una zona árida a semiárida, que se extiende entre los 750 y los 1400 msnm (Ayesa, Bran et al., 1994). En esta zona se encuentra una vegetación preponderantemente arbustiva, donde se destacan el palo piche (*Fabiana Imbricata*), coliguay (*Colliguaya Intergerrima*), pichana (*Junellia spathulata*), mata guanaco (*Anarthrophyllum rigidum*), el charcao gris (*Senecio filaginoides*) y el molle (*Schinus polygamus*), entre otras especies. Por último el Monte, se extiende hacia el este con una vegetación arbustiva media compuesta de jarilla (*Larrea divaricata*; *Larrea nitida*), zampa (*Atriplex lampa*) y alpataco (*Prosopis alpataco*). Esta zona es típica de explotaciones petroleras que junto con la ganadería son las actividades económicas principales (Bran, 2002).

De acuerdo a estudios realizados en ambos tipos de campos (Ayesa, Siffredi et al., 2002) la producción de forraje en invernadas oscila entre 35 y 100 kg de MS/ha<sup>10</sup> en zonas

<sup>9</sup> Mallines: Ambiente húmedo en cañadones patagónicos, con suelo húmico, propicio para una vegetación característica de alto potencial forrajero.

<sup>10</sup> MS/ha: Materia Seca por hectárea.

degradadas de laderas y hasta 2000 kg MS /ha en mallines, mientras las veranadas presentan producciones de hasta 2500 kg MS/ha en mallines de altura.

La raza caprina predominante en el norte de Neuquén es la Criolla Neuquina (CCN), cuya población se estima en 350.000 cabezas y en menor medida las cruces de criolla con raza angora. Su rasgo sobresaliente es su aptitud para producir eficientemente en un ambiente extremo y ha sido definida racialmente mediante un enfoque múltiple de caracterización fenotípica, genética, reproductiva y sistémica. Es un animal mesolíneo, de perfil recto, cuernos arqueado-espinalados y mamelas poco frecuentes, presenta dimorfismo sexual y aptitud productiva mixta. La caracterización fenotípica muestra la unicidad de la Cabra Criolla Neuquina, que presenta homogeneidad morfoestructural y diferenciación morfológica en dos ecotipos, “Peladas” y “Chilludas” (Cuadro N°5), que se distribuyen acorde a un patrón geográfico (Lanari, Taddeo et al., 2003).

**Cuadro 2: Características de los ecotipos de la Cabra Criolla Neuquina**

Ecotipo	Localización	Características morfológicas	Caracterización morfoestructural
“Pelado”	<b>Barrancas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelo corto con down</li> <li>• Capa de color variado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peso corporal: 41 kg en hembras y 64 kg en machos</li> </ul>
	Pehuenches	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil recto</li> <li>• Mamelas poco frecuentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altura a la cruz: 65 cm en hembras y 72 cm en machos</li> <li>• Perímetro de caña: 9 cm en hembras y 11 cm en machos</li> </ul>
“Chilludo”	<b>Añelo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelo largo con down</li> <li>• Color predominante: blanco</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peso corporal: 38 kg en hembras y 62 kg en machos</li> </ul>
	Pehuenches y Minas Ñorquín	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfil recto</li> <li>• Mamelas poco frecuentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altura a la cruz: 64 cm en hembras y 72 cm en machos</li> <li>• Perímetro de caña: 8 cm en hembras y 11 cm en machos</li> </ul>

**Fuente: (Lanari, 2004)**

Genéticamente la CCN presenta una alta variabilidad poblacional y tipos genéticos poco frecuentes en los grupos étnicos relacionados. A partir de la caracterización fenotípica y genética en un amplio muestreo (n:1044) se pudo distinguir los factores que contribuyeron en el modelado de esta raza como es el ambiente y la selección de los crianceros. Por otra parte ha sido demostrada la existencia de un importante flujo génico probablemente debido a la trashumancia.

La caracterización productiva, fue realizada a lo largo de 1920 ciclos productivos individuales en situaciones ambientales diversas (campos de Crianceros y experimentales) a lo largo de siete años, siempre respetando el sistema extensivo. Los Criollos mostraron una alta prolificidad media 1.40, con un mínimo de 1.10 y un máximo de 1.82, altos niveles de ganancia diaria de peso en cabritos, de 85 a 270 gr diarios para hembras dobles y machos simples respectivamente. Los resultados del seguimiento productivo expresan la adaptación de la Cabra Criolla Neuquina que aún en condiciones adversas presentó alta fertilidad y niveles de mortalidad perinatal menores del 10% (Lanari, Domingo et al., 2005; Lanari, 2004).

Es por ello que en función de la particular relación que se establece entre el criancero-animal-ambiente muestran analogía con sociedades pastorales. Esta evolución de las prácticas y el saber-hacer de los crianceros con la ya mencionada raíz indígena del sistema, dan un valor cultural significativo a la producción caprina. En este contexto la raza caprina Criolla Neuquina es un elemento fundamental por cuanto ha sido modelada por el sistema en el sentido amplio (Lanari, Taddeo et al., 2003; Lanari, 2004).

*Inmateriales: historia, cultura, « saber hacer », tradiciones, nombre geográfico*

Antes de la llegada de los españoles al continente americano, el territorio de la actual provincia de Neuquén estaba habitado por diferentes etnias. Los Pehuenches estaban ubicados en el Norte de la provincia de Neuquén, extendiendo su dominación hasta el sur de Mendoza. Los grupos indígenas migraban estacionalmente junto con los animales que constituían su principal sustento. Estos movimientos entre asentamientos de invierno y verano, fueron previos a la introducción del ganado doméstico y se pueden tomar como el antecedente directo de la trashumancia (Méndez et Iwanow, 2001). Al iniciarse la conquista española desde el Pacífico, la región mantenía un fluido intercambio e influencia ejercida por los mapuches o araucanos del sur de Chile. Si bien la región del actual Neuquén no fue ocupada por los blancos hasta fines del siglo XIX, sufrió la influencia española desde su llegada en el año 1550 a la costa del Pacífico.

Si bien a la llegada de Pedro de Valdivia y García Hurtado de Mendoza en el siglo XVI a las costas del sur chileno hacen referencia a la cría de llamas por parte de las poblaciones indígenas, ya al inicio del siglo XVII, Luís de Valdivia menciona que los indios del interior disponen en sus rodeos de varios millares de vacunos, caballos, ovejas y cabras (Boccará, 2001). Se podría asumir que el ingreso de los misioneros Jesuitas desde 1670 fue la primera vía de ingreso de animales domésticos europeos. Las primeras evidencias arqueológicas sobre la presencia de ganado caprino en la región del Neuquén se encuentran en las excavaciones de Caepe Malal a orillas del río Curí Leuvú (Dpto. Chos Malal). En este cementerio que data de mediados del siglo XVIII, se encontraron restos de cabras y caballos (Varela et Biset, 1993). Considerando un intervalo generacional medio de cuatro años (Barker, 2001), las cabras habitan el territorio neuquino desde hace unas 80 generaciones.

Recién el relato del explorador Luís de la Cruz, quien realizó un viaje en 1806 por el territorio neuquino, hace referencia expresa a las cabras como parte del ganado criado por el pueblo Pehuenche. "...tenían caballos, ovejas, vacas y cabras, gatos y varias razas de perros" (Curruhuinca et Roux, 1987). El general Ortega, que integró la Campaña del Desierto hace referencia a la presencia del ganado doméstico en los toldos indígenas: "36 individuos de chusma, 200 bovinos, 300 caballos, 1500 ovejas y cabras y que el había observado más de 200 cuadras<sup>11</sup> de campos sembrados rodeando las carpas abandonadas" (Marco del Pont, 1948; citado por Rodríguez Arias et Guibourdeneche, 1975). Estas referencias dan muestra de una actividad ganadera desarrollada y estable por parte de los pueblos originarios, anterior a la presencia efectiva del blanco.

Los caprinos introducidos inicialmente fueron poblaciones heterogéneas que recibieron posteriores aportes de otros grupos étnicos, provenientes del Atlántico como las introducciones a la provincia de Buenos Aires de razas asiáticas (Angora y Cashemere) efectuadas por Rivadavia en el siglo XIX (Giberti, 1981).

Ya en el siglo XVII la actividad económica indígena se centraba en la ganadería y el comercio. Los indígenas practicaban una economía fundada en los "malones", que consistía en el traslado de animales salvajes y posteriormente vacunos y yeguarizos provenientes de las estancias de Buenos Aires hasta las ciudades del sur chilenas. En el Norte de la provincia de Neuquén los Pehuenches ejercían una actividad clave en el traslado de la hacienda ya que la región bajo su control presentaba una serie de pasos cordilleranos bajos y campos empastados que permitían el engorde de los animales. En dicho territorio, los caciques indígenas disponían abundantes recursos y practicaban la trashumancia entre los campos bajos de invierno y los altos de verano, previo a su comercialización en las localidades chilenas de Chillán, Linares, Los Angeles y Concepción (Boccará, 2001; Bandieri, 1993; Bocco de Abeya Gilardon, 1985).

La Conquista del Desierto (1879) marcó definitivamente el fin del período indígena en los territorios neuquinos, que fueron posteriormente ocupados por población proveniente de Chile y criollos de Cuyo y Buenos Aires que acompañaban la campaña militar. Esta

<sup>11</sup> Cuadra: Unidad de medida correspondiente a una hectárea.

población se estableció en el Norte de la provincia de Neuquén y desarrolló la actividad agrícola, así como retomaron la actividad ganadera trashumante, reproduciendo el modo de ocupación del espacio y la integración a los mercados preexistentes.

La precariedad de los caminos y la falta de medios de transporte que vinculen el norte del territorio provincial con el resto del Estado Nacional, condenaron a la región Norte a una posición marginal en el mercado argentino, pero íntimamente ligada a Chile (Bandieri, 1993). El progresivo deterioro de las relaciones comerciales con Chile, como consecuencia de la afirmación de la soberanía de ambos Estados y la construcción de sus mercados internos, condujo a un paulatino cierre de la frontera que tuvo un fuerte impacto sobre el sistema de producción, la población y su actividad económica (Pérez Centeno, 2007). El empobrecimiento general de la región desencadenó un proceso migratorio hacia el Departamento de Confluencia atraído por la actividad frutícola y petrolera.

Luego de la “Conquista del Desierto” las introducciones de animales realizadas en el país, particularmente en Cuyo, representaron nuevos aportes a la población neuquina. Entre las razas que se introdujeron en Cuyo se menciona la Toggenburg proveniente de EEUU y la Saanen de Suiza, ambas de aptitud lechera y originarias de los Alpes. En 1920 se introducen machos puros de raza Angora a la Patagonia (Scaraffia, 1994) y en 1962 se introducen ejemplares de raza Angora provenientes de Texas (EEUU) que en 1976 son trasladadas a Río Negro.

El tipo de animal que se criaba en el Norte Neuquino hacia fines de la década del 70 fue descrito por Campbell (1978) quienes ubican los Criollos neuquinos en los departamentos de Minas, Chos Malal y Pehuenches, siendo el primero, junto con Ñorquín los más densamente poblados por caprinos. En 1993 se comienza a considerar a los Criollos como una población interesante por su gran rusticidad, adaptación a un medio ambiente extremo y por su productividad. Scaraffia (1993) realizó un relevamiento de *piños*<sup>12</sup> Criollos en la cuenca del río Curí Leuvú, en el que observó que el 86% de las cabras mostraban una doble capa de pelo, la primera, más gruesa y externa y la interior compuesta por fibras tipo “pashun” o cashmere. De acuerdo al mismo autor los Criollos neuquinos presentan alta productividad, así como diferentes biotipos, diferenciándose por el pelo y su color (Scaraffia, Palmili, et Opaso, 1994).

El número de cabezas de caprinos según el CNA 2002 en los cinco departamentos del Norte representa el 60% de los pequeños rumiantes disponibles en el territorio provincial y el 16,7% de las existencias nacionales.

**Cuadro 3: Existencias caprinas nacionales**

Orden	Provincia	Total	%
1°	Santiago del Estero	706.668	17,40%
2°	Neuquén	678.321	16,70%
3°	Mendoza	672.434	16,56%
	<b>Total del país</b>	<b>4.061.402</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente: INDEC, Censo Nacional Agropecuario 2002.**

<sup>12</sup> Piño: Denominación local del conjunto de cabras o hatos.

**Cuadro 4: Existencias ganaderas por especie según departamento Provincia del Neuquén Año 2002**

Departamento	Caprinos	
	Cabezas	Porcentaje (%)
Añelo	28.793	4 %
Loncopue	99.373	15 %
Chos Malal	94.552	14 %
Minas	83.796	12 %
Ñorquín	49.848	7 %
Pehuenches	82.668	12 %
Total zona Norte	410.237	60 %
Total Provincia	678.321	

**Fuente: Resultados provisorios. Censo Nacional Agropecuario 2002. INDEC.**

*Problemas que afectan los recursos: Usurpación del nombre, pérdida de las tradiciones y recetas, disminución de la biodiversidad, etc..*

El departamento de Confluencia, comprende un conglomerado de ciudades (Neuquén, Plottier, Senillosa, Centenario, Cutral Co y Plaza Huincul) que junto a las localidades del Alto Valle de la provincia de Río Negro suman casi 500.000 habitantes. Dicha región recibió un importante aporte poblacional proveniente del Norte de Neuquén luego del cierre de la frontera comercial con Chile. La población de origen rural migró con su capital cultural y sus hábitos de consumo basados en la carne caprina. De esta manera, su “saber producir” y su “saber consumir” se relocizó al Departamento de Confluencia. Es por esta razón que en dicha región existe una larga tradición de consumo de carne caprina que es abastecida esencialmente desde el norte de Neuquén, así como de las provincias vecinas de Río Negro, La Pampa o Mendoza. Las condiciones diferenciales de su producción y los tipos raciales antes mencionados han contribuido al reconocimiento que detenta el producto del Norte de Neuquén en el mercado. Su reputación es utilizada como argumento de venta, claro indicador del prestigio que goza el producto. La falta de diferenciación del producto en el mercado promueve como señala Akerlof (1970) una selección adversa ante la imposibilidad de reconocimiento de la calidad que castiga su precio de venta.

Por otra parte la falta de políticas públicas activas que mejoren las condiciones de vida de la familia rural en las zonas de producción estimula la migración urbana. Estos elementos contribuyen a la desintegración del núcleo familiar, perdiéndose el espacio de transmisión de conocimientos entre generaciones.

### *III. El producto y su mercado*

#### **1. Proceso de calificación del producto y sello considerado**

*Descripción del sello y su justificación: ¿por qué se ha elegido un sello determinado o no? ¿es simplemente un nombre no garantizado (no controlado), un reconocimiento oficial por el Estado, una marca con un sistema de autocontrol o la indicación geográfica es solo sugerida (no hay etiqueta)?*

En el marco de talleres de sensibilización con productores y comercializadores se evaluaron diferentes mecanismos existentes para la protección de producto (IG, DO, Marca Comercial, Producto Orgánico), sus especificidades y las exigencias para su obtención. En ese ámbito se definió que la DO no solo protegía un producto vinculado a un territorio, sino también el “saber hacer” socialmente construido, contribuyendo a la articulación de los diferentes actores de la cadena.



Foto 2 Talleres de sensibilización

Como aún la ley N° 25966 no ha sido reglamentada el grupo promotor decidió inscribir simultáneamente una marca comercial mixta con el mismo nombre de la DO y su logo<sup>13</sup>. El protocolo prevé la implementación de diferentes procesos de control que serán utilizados tanto para la DO como para la implementación de la marca comercial, cuyo inicio se estima en el curso de la zafra 2008.

### Evolución

- *Estado de la calificación del producto (registrado con un sello o no, desde cuando o en proceso)*
- *Histórico con fechas (es un proceso nuevo o viejo, fecha de los primeros trabajos, desarrollo, momentos de crisis, etc.)*
  - 1997- 2000 : Caracterización de la población caprina del Norte de Neuquén.
  - 2000 - 2004: Implementación de dos planteles de selección y mejoramiento de la raza Criolla Neuquina en sus dos biotipos.
  - 2002-2005: Caracterización de las estrategias sociales y productivas de los crianceros trashumantes del norte de Neuquén.
  - 2005 – 2006: Construcción del marco socio organizacional y tecnológico para la implementación de una DO para la producción caprina del Norte de Neuquén.

<sup>13</sup> La marca que fue inscrita el 1 de diciembre de 2006 por la “Asociación del Consejo Regulador de la Denominación de Origen chivito criollo del norte neuquino” ante el Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual (INPI) y fue publicada el 7 de febrero de 2007 en el boletín oficial del INPI N° 2505 del año XXXIX en la página 47 con el Acta 2.717.509 para la clase 29 SOLAMENTE CARNES.

El protocolo fue presentado en diciembre de 2005, habiéndose respondido a las diferentes requisitorias planteadas por los organismos públicos (SENASA, INPI, etc) consultados por la SAGPyA, cuyo detalle se especifica en el cuadro siguiente:

Fecha	Organismo	Actividad	
Dic 2005	DNA – SAGPyA	Presentación del protocolo por parte del Consejo Promotor de la DO.	
Mayo 2006	DNA – SAGPyA	Aprobación de la resolución 202/06	Habilita a la Dirección Nacional de Alimentos para la recepción de las solicitudes de indicaciones geográficas y denominaciones de origen.
Mayo 2006	DNA – SAGPyA	Otorgan número de expediente a la solicitud S01-0173848/2006	
Junio 2006	DNA – SAGPyA	Solicitud de informe técnico a la provincia de Neuquén en función del art 6° y 7° de la ley 25.380 y 25.966.	
Diciembre 2006	DNA – SAGPyA	Respuesta observaciones SENASA – DNA N°30/06 de fecha 29 de septiembre.	Conformación jurídica de la organización Sistema de control  Lista de verificaciones y puntos de control.
Diciembre 2006	Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual	Inscripción de la marca comercial mixta a nombre del “Consejo Regulador de la Denominación de origen chivito criollo del Norte Neuquino”	Publicada el 7 de febrero en el boletín oficial del INPI N° 2505 del año XXXIX
Octubre 2007	DNA – SAGPyA	Respuesta requisitoria DNA de fecha 7 de agosto	Condiciones diferenciales del producto. Características físico química de la canal. Evaluación organoléptica de la carne

¿Existen relaciones con otros procesos de calidad y sellos?

- ¿Otros procesos o sellos de diferenciación considerados o ya alcanzados por el mismo producto?
- ¿Se ha buscado o alcanzado alguna complementariedad entre sellos? Por ejemplo: comercio justo, sello orgánico, sello verde, etc.)

El proceso iniciado para la diferenciación del producto no se relaciona hasta el presente con otro sello complementario. Si bien se hubiera podido gestionar un sello orgánico para el producto, este no se inició por el costo elevado de certificación.

Obstáculos

- Dificultades y contratiempos que se presentaron y tuvieron que manejarse durante el proceso
- ¿Qué actores estuvieron en desacuerdo, se opusieron o pusieron trabas al otorgamiento del sello y por qué?

Uno de los contratiempos que se enfrentó para la obtención de la DO es la falta de acompañamiento al proceso por parte de los organismos públicos provinciales de desarrollo, cuya participación estuvo limitada a la iniciativa individual de sus técnicos. Esta restricción

se manifestó en la larga gestión efectuada por parte del Consejo de la DO para que el organismo provincial emitiera el informe técnico exigido en el art. 6° y 7° de la ley N° 25.380.

Al mismo tiempo, la falta de reglamentación de la ley por parte del estado nacional ha impedido el avance normal de la gestión de la DO.

#### Aportes externos

- *Necesidades en cuanto innovaciones, aportes externos (conocimientos, inversiones...)*
- *¿Cuales son las competencias que falta desarrollar?*

La implementación de la DO exige un nivel de coordinación entre los actores de la cadena que no tiene precedente en las experiencias organizacionales de la región. La creación del Consejo Regulador de la DO integrado por productores y comercializadores ha iniciado su actividad en octubre de 2006 luego de obtener su personería jurídica. En la actualidad coordinan las actividades de la DO, peticionan y animan la iniciativa en la relación con el sector y las autoridades públicas.

El Consejo Asesor está integrado por las instituciones públicas de investigación y desarrollo que se encuentran en la región, que acompañan la iniciativa. Participan de ella el INTA, el Ministerio de la Producción, la Municipalidad de Chos Malal, el Programa Social Agropecuario. Estos espacios de organización son un desafío que exige nuevas competencias para la representación, la concertación, la gestión de recursos y la valoración del negocio caprino.

La construcción de un producto de calidad implica ajustes en el manejo tendientes al cumplimiento del protocolo para acceder al sello. Al mismo tiempo deben implementarse cuidados al momento de la carga de los animales por parte de los comercializadores luego de la selección efectuada en el corral al momento de la compra.

A nivel de los comercializadores matarifes es necesario realizar mejoras en los camiones de transporte de los chivitos al frigorífico para asegurar la identidad de los lotes y el bienestar de los animales durante el traslado.



**Foto 3: Camión de transporte de caprinos**



En el establecimiento frigorífico se requiere introducir mejoras en los corrales de encierro para mantener la identidad de los lotes, así como ampliar la capacidad de frío y congelado adecuándolo a las nuevas demandas.



**Foto 4: Camión frigorífico**

Por otra parte, para la realización del trozado de las canales se necesita construir un frigorífico de ciclo II complementario del ya existente.

## **2. Especificidades, grado de diferenciación del producto**

*Los recursos empleados y las características del producto son:*

- *¿Distinguibles/ No distinguibles por los consumidores?*
- *¿Es posible que haya sustitución del producto por otros similares que no están relacionados con el origen y las tradiciones del protegido con el sello?*

*¿Problemas? Confusión posible, falta de especificidad. Hay oferta de productos similares que se aprovechan de la tradición del producto? Fraudes? Imitaciones?*

Si bien existen características de la canal que permitirían diferenciar el tipo racial, el producto sólo es distinguible por el consumidor experimentado. Es por esta razón que la sustitución por productos caprinos de otras provincias es una práctica comercial utilizada. El anuncio en las carnicerías de la disponibilidad de “Chivitos de Chos Malal” o “Chivitos del Norte Neuquino”, sin que necesariamente sea su procedencia es una práctica frecuente. Los chivitos provenientes de la provincia de Río Negro de la raza Angora pastorean campos con presencia de Neneo sp. que le transfiere un sabor amargo a su carne. En el Norte de Neuquén, si bien dicha especie esta presente en los campos de invernada, la misma no es consumida ya que los chivitos inician su actividad ruminal más tarde en veranada. El sabor amargo de la carne no es una cualidad observable por el consumidor hasta su ingesta, pudiendo inferirlo solamente al conocer su procedencia.

Por esta razón, la publicidad basada en la reputación de los “chivitos del Norte neuquino” afecta al producto, ante la imposibilidad del consumidor de diferenciar efectivamente al producto.

Si hay un pliego de condiciones o está en preparación:

- *Describirlo (adjuntar pliego)*
- *Quien participó/participa en la definición de las condiciones las especificaciones (productores (cuales?), transformadores, distribuidores, actores públicos, consumidores, investigadores, ONG...)? Y según que modalidades (nombre y tipo de reuniones, tiempo pasado...)*
- *¿Qué permite preservar las tradiciones y especificidades del producto en su territorio? ¿Hay un saber-hacer particular que permite valorizar el trabajo de pequeños productores o son prácticas que pueden estar industrializadas y/o aplicadas en territorios diferentes al del origen?)*
- *¿Cuáles son las etapas más descritas y especificadas (producción agrícola, producción pecuaria, transformación, comercialización...)?*
- *¿Cuáles son los aspectos que serán controlados (según que indicadores)?*

*Si no hay pliego de condiciones, porqué?*

El protocolo<sup>14</sup> de la DO “Chivito criollo del Norte Neuquino” fue elaborado por más de ciento cincuenta productores, comercializadores y transformadores en 4 talleres organizados durante el 2005. En ellos participaron quince instituciones públicas de investigación, de desarrollo y de capacitación, así como Municipios de la región. Cada taller se desarrollo en una jornada de 6 horas de trabajo en Chos Malal, para lo cual los productores residentes en otras localidades se trasladaron espontáneamente.

En el primero de ellos se explicitó la imagen común del Norte Neuquino que resume la especificidad regional, siendo señalados los siguientes elementos como los de mayor importancia:

- *La presencia de la Cabra Criolla Neuquina en cualquiera de sus dos biotipos*
- *La realización de la trashumancia*
- *La homogeneidad de los pastizales de los campos de veranada ubicados en la alta cuenca del río Neuquén y Barrancas.*

Estos elementos delimitan territorios diferentes que se sólo se superponen en el área que define la Denominación de Origen (Mapa N° 2). En ella se evidencia una identidad común construida en función del uso del espacio y los modos de circulación.



**Foto 5 Definición de límites del área a proteger**

<sup>14</sup> El Protocolo de la DO se adjunta en anexo.

Los modos de producción que caracterizan a la región fueron analizados en dos talleres, en los cuales se detallaron la gestión del rodeo, el manejo reproductivo, nutricional, sanitario, la rotación entre los diferentes campos y el arreo.

El ciclo anual de producción fue definido como estrictamente estacional, gracias al trabajo del *castronero* o *chivatero*<sup>15</sup>, con servicio de otoño y parición de primavera. El cuidado de machos por el castronero, fue organizado sin intervención externa surgida de la necesidad de controlar la fecha de los nacimientos. La existencia de pautas no escritas, como los modos de retribución, los momentos de recepción y entrega de los reproductores y las formas de sancionar los descuidos en el manejo, permiten reconocerla como una práctica *institucionalizada*, que si bien se encuentra en sistemas productivos vecinos, no manifiesta igual intensidad.



Foto 6 Trabajo en grupo para la elaboración del protocolo

La trashumancia entendida como *“el hecho de trasladarse de un lugar a otro por arreo o excepcionalmente en camión. No importa el medio...el tema es estar un tiempo en una parte y otro tiempo en otra parte. Esto es lo que nos caracteriza a nosotros...”*, es un elemento estructurador de las relaciones sociales. La participación integral de la familia permitió la formación de vínculos con pobladores distribuidos a lo largo de la ruta de arreo. Esto se constituyó en un elemento homogeneizador de las relaciones sociales y la información entre los productores. La alternancia entre los campos bajos y los campos altos fue señalada como un elemento esencial para la tipicidad del producto ya que *“el cambio de pastura es lo que da el sabor al chivo. Si no se cambia de pasto, no hay sabor del chivo...”*.

Se decidió proteger al producto “chivito” de la raza Criolla Neuquina que predomina en la región, distinguiéndose dos categorías diferentes:

- “Chivito mamón”, de hasta 90 días de edad, lactante y que no hubiese realizado arreos a las pasturas altas
- “Chivito de veranada”, que realiza al menos un arreo y se ha alimentado de las pasturas de las veranadas, siendo su edad límite los 180 días.

---

<sup>15</sup> Castronero o chivatero: Productor especializado en el cuidado de machos normalmente durante el período noviembre a marzo.



**Foto 7 Lectura de conclusiones en plenario**

El nombre elegido por los participantes para la DO fue “Chivito Criollo del Norte Neuquino”.



**CONSEJO REGULADOR DE  
LA DENOMINACION DE  
ORIGEN**

Asociación Civil  
Pers. Jurid. N° 446/06

La caracterización de la canal y los parámetros que definen la calidad fueron determinados por el INTA (Zimmerman, Domingo et al., 2005; Domingo, Zimmerman et al., 2005). En base a estos resultados se estableció una metodología para la clasificación de las canales, los umbrales de calidad pertinentes a la distinción con el sello de la DO y los indicadores de calidad *in vivo*<sup>16</sup>.

Como resultado del trabajo de los talleres y de las investigaciones sobre la calidad del producto, se conformó un comité de redacción del protocolo integrado por productores, comercializadores y técnicos.

La forma de producción protegida por la DO tiene escaso a nulo margen de industrialización ya que no es posible una producción intensificada o estabulada. En el protocolo es exigido el pastoreo natural, la rotación entre campos mediante la trashumancia, y la estacionalidad de las pariciones elementos que demandan un manejo extensivo eficiente. Estas condiciones no son fácilmente reproducibles en otros contextos por razones ambientales y humanas.

Los mecanismos de control y los medios de verificación son detallados en el protocolo (ver Anexo).

### **3. Reconocimiento de la especificidad / reputación**

*¿El reconocimiento o la reputación del producto es antigua, o reciente? Crece o se mantiene? Decece y es necesario reforzarla?*

<sup>16</sup> Se evaluaron diferentes técnicas de estimación del engrasamiento por palpación previo a la faena y se correlacionó con la cobertura renal de la res.

*¿Los actores locales son concientes de la reputación y el reconocimiento del producto y de los potenciales de este reconocimiento? valoran las características que hacen distinguible el producto? Otros actores promueven el reconocimiento del producto y la valoración de sus especificidades?*

La reputación del producto es creciente y su origen no es antiguo. Si bien la producción caprina del Norte de Neuquén tiene más de cuatrocientos años como fue explicado anteriormente, la producción para el mercado de la región de Confluencia se inicia en los años 50 como consecuencia de la interrupción comercial a Chile y el crecimiento urbano originado por la actividad petrolera y frutícola.

En dicho período las principales categorías comercializadas eran los capones y las cabras adultas cuyo rendimiento en carne es superior al chivito, destinado a satisfacer las necesidades básicas de una población de escasos recursos. Este período se caracteriza por el trueque de la producción en el campo a cambio de mercaderías para el consumo y la venta de animales en pie en áreas urbanas que eran faenados por el consumidor en su casa.

El consumo de chivitos está vinculado a momentos festivos de la vida familiar sean ellos religiosos o sociales. Es tradicional el consumo para el día de la Madre (3° domingo de octubre), Navidad (25 de diciembre), o bien la celebración de un aniversario, un cumpleaños o la fiesta de un santo venerado. El consumo asociado a una celebración familiar o entre amigos es un elemento de socialización, no sólo del saber “apreciar”, sino del saber “preparar” y saber “calificar” un producto. De esta manera, bajo el impulso migratorio de la población del Norte Neuquén al departamento de Confluencia, se ha relocalizado un “saber” que era propio y específico de otra región.

Los productores, los comercializadores y la población del Norte de Neuquén son concientes de la calidad del producto y cultivan la reputación del mismo. Desde hace más de 10 años se organiza en Chos Malal en la segunda semana de noviembre la “Fiesta Nacional del Chivito” que realza los valores de la actividad campesina y promueve la integración con la población urbana. Durante la misma se realizan juegos de destrezas campesinas, se presentan diferentes expresiones musicales y bailes regionales, al mismo tiempo que se degusta el chivito en diferentes formas de preparación. Otras fiestas de menor relevancia se realizan a lo largo del verano evocando el regreso de la veranada o al veranador.

Los talleres para la elaboración del protocolo permitieron reconocer el marcado orgullo por el ser “criancero” y por su “saber hacer” que permite la obtención de un producto de alta valoración social. Este reconocimiento se contrasta con la baja valoración que la sociedad urbana tiene de la actividad y la vida campesina, ya que la producción caprina está asociada a la pobreza y la marginalidad. Esta concepción, también está vigente en las instituciones provinciales de desarrollo que han planteado a lo largo de sus años de intervención la sustitución del sistema de producción mediante otras actividades ganaderas y forestales. La falta de conocimiento del sistema productivo, de sus especificidades, del conocimiento que encierra la población local y del valor del recurso genético local ha sido la razón del desacierto en las propuestas tecnológicas. Este proceso se revierte a partir de los trabajos de investigación desarrollados por el INTA con participación de técnicos provinciales y municipales y los crianceros. Sin embargo, hasta el momento no se evidencia un cambio en la política de desarrollo para el sector impulsado por la provincia.

*Importancia de la reputación: (grado, extensión):*

- de parte de los consumidores (locales, urbanos, población de emigrantes en otros países o regiones, compradores internacionales...)*
- del sector profesional, reconocimiento sectorial privado o colectivo*
- por parte de los actores públicos*

La reputación del producto se concentra en el área de producción y en el departamento de Confluencia, como fue descrito anteriormente. En la región de los Lagos,

en el sur de la provincia de Neuquén y Oeste de Río Negro, el consumo es reciente y está vinculado al turismo nacional e internacional. En esa área, existe tradición de consumo del “cordero” como producción patagónica, en la cual el “chivito criollo” emerge como una alternativa. Si bien estos consumidores no tienen las mismas habilidades que los de Confluencia, en general aprecian o conocen los mecanismos que califican los productos alimentarios como la DO.

A pesar del alto grado de selección que realizan los matarifes comercializadores en los corrales para evaluar el engrasamiento del chivito, se registra de un 5% a un 15% de “no calidades” (nivel de cobertura renal inferior a 0,5 según la escala publicada por Domingo et al) que son faenados. En la actualidad, es frecuente que las “no calidades” sean destinados a los mercados de en esta región.

### Consumidores

*(¿Se ha realizado algún estudio de mercado? ¿qué resultados ha arrojado?)*

- *Nivel de conocimiento por parte de los consumidores (porcentaje que conoce el nombre y asocia el nombre al producto)*
- *Atracción y disposición a pagar (porcentaje de consumidores dispuesto a pagar por ese producto; cuanto más estarían dispuestos a pagar en comparación al producto básico)*
- *Tipo de consumidores: poder de compra, hábitos de consumo de compradores locales ¿Cuándo? (todos los días, excepcionalmente)? ¿por qué (gusto, pertenencia cultural, apoyo a los productores)?*

No se ha realizado hasta la fecha ningún estudio de consumidores.

## **4. Mercados : actuales y como meta**

*(Distinguir los mercados actuales de los potenciales)*

*Tendencias del mercado del producto genérico y del diferenciado con el sello (cifras de producción, exportación...), posición relativa dentro del sector*

*Mercado actual y meta: a nivel local, nacional, regional, internacional...*

*Circuito de distribución/ comercialización (volúmenes des ventas):*

- *Ventas directas, relaciones interpersonales, etc.*
- *Mercados regionales o nacionales distantes*
- *Supermercados*
- *Exportaciones*
- *Relación con el turismo*
- *Relación con la población migrante*

Se entiende por producto a un bien o servicio que posee un valor para el consumidor y que sea capaz de satisfacer una necesidad. En términos comerciales, un bien es más que el objeto físico, contiene además los servicios que se ofrecen, las expectativas y las esperanzas que el comprador deposita en el mismo.

Un producto diferenciado es aquel que es preferido respecto de otros productos genéricos competidores porque posee una o más características, que son percibidos como preferibles o únicas en su clase por parte de los consumidores.

A los efectos de este trabajo, el producto genérico es el chivito tal como se vende actualmente, sea del norte neuquino o de otras zonas productoras. En tanto que el producto diferenciado es el chivito “Criollo del Norte Neuquino” con sello de DO.

## Producto genérico y tendencias del mercado

El chivito del norte neuquino se ofrece actualmente en el mercado como producto genérico, es decir, como un producto de consumo en el que no se resaltan características propias, al menos en forma activa y coordinada desde alguno de los eslabones de la cadena comercial.

Como producto genérico, es un producto más en la categoría de producto “chivito”, y compite en los mercados y en los diferentes segmentos de mercado con otros chivitos de otras zonas de la región. Pero además, si la tipología de producto se amplía podemos considerar que el chivito compite también con otros productos “cárnicos” genéricos, como la carne de cordero, o aún con la carne de vaca. Identificar los productos competidores depende del segmento de mercado analizado y los hábitos de consumo y compra del consumidor que lo compone.

Actualmente, los mercados principales del chivito genérico son dos: la zona del Alto Valle de Río Negro y Neuquén, y la zona de Los Lagos. Particularmente, de los 25 mil chivitos del norte neuquino faenados en la temporada 2005/2006 en el Matadero-Frigorífico de Chos Malal, el 54% tiene como destino el mercado del Alto Valle, el 20% la zona de Los Lagos, el 12% Chos Malal y el 13% no se especificó el destino.

La zona del Alto Valle incluye la ciudad de Neuquén, Cipolletti y Centenario, y constituye un importante centro de consumo que actualmente cuenta con más de 400 mil habitantes, con una importante migración poblacional desde otras localidades de la Neuquén y otras provincias del país.

Históricamente, el consumo se concentra en la época de fiestas de fin de año y el chivito se cocina al asador. No obstante lo mencionado respecto de la población inmigrante, y de las tendencias culturales y sociodemográficas que caracterizan a los grandes conglomerados urbanos (vivienda en departamentos sin patio, consumo de productos de fácil preparación, etc.) se considera que en este mercado la tendencia del consumo del producto genérico es estable.

En la zona de Chos Malal que actualmente representa otro mercado importante, la tendencia del consumo también es estable.

El otro mercado importante para el producto genérico como es ofrecido actualmente es la zona de Los Lagos, que incluye las localidades de San Martín de los Andes, Junín de los Andes, Villa La Angostura y Bariloche, compuesta por un total de poco más de 200 habitante permanentes.

Esta zona recibe gran cantidad de turistas durante todo el año, con picos máximos en los meses de julio-agosto y enero-febrero. El turista pertenece, en su mayoría, a segmentos socioeconómicos medio-alto de la población, ya que existen servicios turísticos en general y gastronómicos en particular, que apuntan a satisfacer las necesidades de este segmento<sup>17</sup>.

La tendencia de consumo del producto genérico en este mercado es creciente ya que la afluencia turística crece año a año; pero el chivito enfrenta una competencia fuerte del “cordero patagónico” que es un producto posicionado desde hace unos años, principalmente a nivel de los operadores comerciales.

Asimismo, en los estudios realizados, se identificó como muy relevante la actividad que se desarrolla desde la oferta, pues son los operadores comerciales quienes “tiran” de la demanda. Son estos agentes quienes ofrecen la “canasta de productos cárnicos” a los supermercados y restaurantes.

Es importante resaltar que en los últimos años, algunos operadores que comercializan el chivito del norte neuquino han comenzado a ofrecerlo como producto diferenciado en la zona de la ciudad de Neuquén, en base a su origen, lo cual da una pauta de la potencialidad del producto diferenciado y coordinado por la cadena comercial.

---

<sup>17</sup> Durante el año 2005 la cantidad de viajeros hospedados en la zona de los lagos ascendió a 867 mil, de los cuales el 63% son residentes (Bariloche: 637 mil, SMA: 150 mil y VLA: 80 mil). Los picos máximos se producen en enero y febrero (232 mil) y julio y agosto (174 mil).

## **Producto diferenciado, su posicionamiento y tendencias potenciales del mercado**

El chivito del norte neuquino con el sello de la DO pertenece a la categoría comercial de “producto diferenciado”. Las características resaltadas para diferenciar el chivito del norte neuquino con sello de DO, se basan en aspectos particulares del producto como su origen natural, el sistema de producción trashumante, la tradición existente en la región, la calidad intrínseca del producto y otros factores que se crearán a través del desarrollo comercial. No obstante estas características, es importante mencionar que en base a herramientas de marketing, pueden resaltarse otras características y construir nuevas en función al mercado y al segmento de consumidores a quienes se dirige el producto.

En términos generales, la tendencia de consumo de productos diferenciados es creciente en aquellos segmentos de consumidores con mayor poder adquisitivo o que realizan compras de manera sofisticada. Estos segmentos están dispuestos a pagar un precio adicional por un producto que perciben como diferenciado por alguna de sus características, respecto de un producto genérico. Este tipo de consumidores los encontramos principalmente en los turistas de la zona de Los Lagos, y en segmentos medio-alto de la población del Alto Valle. La misma zona norte presenta un potencial interesante para el turismo que requiere ser desarrollado para asignarle una consideración como destino relevante para el producto diferenciado.

En relación al posicionamiento del producto diferenciado, la estrategia para desarrollar el producto se realizará en función a las características propias de cada mercado y el segmento de consumidores. Los estudios realizados permitieron recoger elementos necesarios para posicionar el producto, algunos de los cuales se desarrollan a continuación:

- La zona norte de Neuquén es reconocida por sus chivitos sólo por los habitantes de la región, y en particular por aquellos provenientes de la zona norte o locales. Los turistas extranjeros que acceden a la zona de Los Lagos consumen el origen “Patagonia”.
- El desarrollo del producto diferenciado podría realizarse ampliando la “familia de producto”, ofreciendo el chivito entero o trozado por ejemplo, o bien extender la oferta en contra-estación.
- En los mercados potenciales, el principal competidor es el “cordero patagónico”, producto cuyo único factor de diferenciación es la procedencia. Su posicionamiento no es consecuencia del trabajo coordinado de la cadena comercial, sino de acciones de comercialización particulares que luego de 15 años han logrado posicionarlos.
- Existen potenciales productos competidores, con creciente presencia en los mercados: carnes no tradicionales regionales (ciervo, jabalí, trucha, guanaco, choique, etc.). Estos productos competirán en el segmento de consumidores de productos diferenciados con el chivito criollo del norte neuquino con sello de DO en los principales mercados.

La coordinación de la cadena comercial en el desarrollo del producto es muy importante por la importancia que requiere el posicionamiento del producto comunicando los aspectos de diferenciación de manera consistente. La clara tendencia en la concentración de la distribución, la presencia de grandes cadenas de supermercados que realizan compras en forma centraliza, altos volúmenes y la necesidad de complementar la oferta de carnes, presenta una amenaza que deberá ser considerada, sobre todo en cuanto a la apropiación del mayor valor agregado para el eslabón de la producción primaria, propósito básico del desarrollo del chivito criollo del norte neuquino con sello de DO. No obstante esta tendencia, y como se mencionó, algunos operadores comerciales están siguiendo una estrategia de especialización con éxito.



## **Mercado actual y meta: a nivel local, nacional, regional, internacional**

Como se desarrolló, los principales mercados regionales actuales del chivito del norte neuquino son: la zona del Alto Valle, la zona de Los Lagos, la zona de Chos Malal, en ese orden de importancia.

El mercado del Alto Valle, ubicado a 400 kms de la zona norte, se caracteriza por consumidores mayoritariamente de origen local, que conocen las cualidades del chivito del norte neuquino (buen posicionamiento), pero que no serían propensos a pagar precios adicionales por productos diferenciados. Además, existe en la zona una oferta muy variada de productos genéricos durante la temporada, que compiten, principalmente en base al precio. En tanto que el mercado de Los Lagos, ubicado también a unos 400 kms, está compuesto por los turistas que visitan la zona principalmente.

Para dimensionar los mercados regionales del chivito del norte neuquino podemos considerar las existencias caprinas regionales y los animales disponibles para la venta, que llegan al mercado tanto por canales formales como informales de comercialización.

En las provincias de Neuquén y Río Negro se faenan un total de 200.000 animales al año y este volumen se consume totalmente en la región. Actualmente no se comercializa chivito –al menos en volúmenes relevantes- a otros mercados nacionales; y sólo se realizó una operación puntual de exportación de cabras adultas que realizó un comercializador de Buenos Aires en la temporada 2004/2005.

En relación al mercado meta para el producto diferenciado, se estima que el potencial mayor se encuentra en la zona de Los Lagos, donde se reciben unos 900 mil turistas al año, en un alto porcentaje pertenecientes al segmento socioeconómico medio-alto de la población, quienes estarían dispuestos a pagar precios superiores por un producto diferenciado.

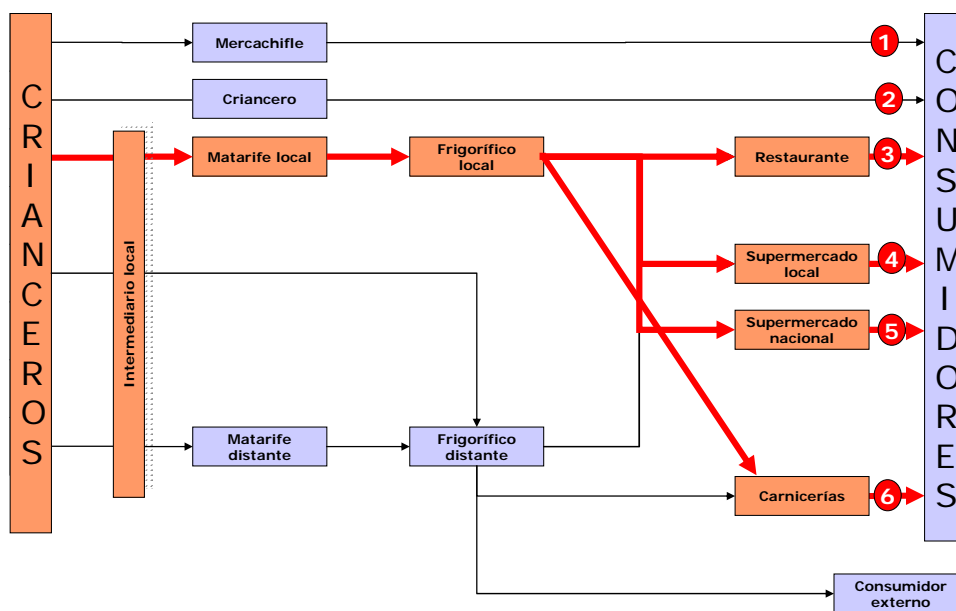
El mercado del Alto Valle también se presenta como un destino interesante para el chivito del norte neuquino con DO en tanto existe un porcentaje de la población actualmente consumidora, que pertenece a segmentos socioeconómicos medio-altos y que podrían demandar el producto. Este segmento poblacional presenta una tendencia creciente en tanto la principal actividad económica de esta región –la actividad hidrocarburífera- presenta perspectivas positivas en el corto plazo.

En relación a otros mercados nacionales, existen nichos de consumidores en las grandes ciudades que permiten suponer una demanda para este tipo de productos, lo mismo que algunos mercados del extranjero.

Al respecto, es importante mencionar que las ventas en mercados lejanos presentarían como restricciones principales, por un lado, la logística, en términos de transporte y composición de la “canasta de carnes” que los comercializadores ofrecen. Por otro lado, la oferta de animales podría presentar también una limitante, pues se estima que la cantidad de chivitos producidos en el norte neuquino que ingresan al circuito formal en condiciones de obtener la Denominación de Origen “Chivito Criollo del Norte Neuquino” oscila, según las temporadas, entre 11.500 y 20.000 animales. Estos volúmenes podrían ser colocados en mercados regionales en base a una estrategia comercial adecuada.

## **Circuito de distribución y comercialización**

El circuito de distribución y comercialización actual del chivito del norte neuquino está conformado por diferentes tipos de agentes u operadores que configuran actualmente 6 canales de venta. En el gráfico siguiente se presenta un esquema general de producción-comercialización de la carne caprina del norte neuquino.



Como se observa en el esquema, a través del canal comercial identificado con el número (1), las ventas las realiza el “mercachifle” que vuelve a la ciudad con los chivos canjeados por víveres a los crianceros y que los comercializa directamente al consumidor. Existen ventas directas también desde los crianceros a los consumidores (2), de animales faenados en forma clandestina, principalmente en los mercados más cercanos a la zona de producción. No obstante, algunos crianceros que poseen vehículos propios que les permiten acceder a zonas más alejadas.

La comercialización del chivito criollo del norte neuquino con sello de DO no contemplará los tipos relaciones comerciales descritas (1 y 2), pues el sello se asignará en el Matarife Local, con lo cual se contemplarán las relaciones comerciales descritas en el esquema con los números (3) a (6).

Del total de chivitos disponibles, se estima que aproximadamente 87.000 animales<sup>18</sup> son faenados fuera de los establecimientos habilitados. Es decir que sólo el 25% de los chivitos de la zona norte destinados a los mercados de consumo se faenan en el matadero y frigorífico de Chos Malal.

Como se mencionó, la oferta total de chivitos producidos en las provincias de Neuquén y Río Negro, alcanza un total de 200.000 animales al año, con lo cual, la competencia del chivito del norte neuquino es importante en los mercados locales, próximos a las zonas productoras.

Los 27.500 animales que se faenan en el matadero de Chos Malal<sup>19</sup> se comercializan actualmente a través de los canales identificados con los números (3) a (6) del esquema.

Los volúmenes principales se venden a través de supermercados locales y de carnicerías especializadas. Los restaurantes constituyen otro de los canales de venta pero no suponen volúmenes importantes ya que según estudios realizados, los de mayores ventas alcanzaban los 700 animales al año y muchos de ellos sólo los ofrecen durante la temporada, vendiendo entre 30 y 100 animales por mes.

En estos estudios se identificó que los eslabones que ofrecen el producto directamente al consumidor, por ejemplo los restaurantes -principalmente en la zona de Los Lagos-, resaltan el modo de cocción “al asador” y la presentación del producto como principales factores para captar clientes. Este aspecto es muy relevante, pues debe analizarse en detalle para definir el posicionamiento del chivito criollo del norte neuquino.

<sup>18</sup> La estimación surge de los datos del CNA 2002 del INDEC, considerando un índice de señalada del 50% y restando al total de chivitos paridos, los destinados a reposición, al autoconsumo y los faenados en el matadero local.

<sup>19</sup> Estimaciones efectuadas en base a la faena 2005-2006.

Los frigoríficos que operan volúmenes importantes de carnes en general, son quienes abastecen a los restaurantes, pequeños supermercados y carnicerías que comercializan el chivito del norte neuquino en volúmenes reducidos.

Los supermercados nacionales no constituyen actualmente un canal muy desarrollado de venta, pues el precio por kilo del chivito no es tan rentable como el del cordero y otras carnes. Quienes lo comercializan lo hacen para completar la canasta de carnes ofrecida.

Por su parte, existen supermercados locales más pequeños, y carnicerías de la zona que se especializan en la venta del chivito del norte neuquino, y desarrollan una estrategia de promoción basada en el origen del producto. Estos operadores, por los volúmenes que comercializan, realizan sus compras directamente en la zona norte, y disponen además de stocks que les permiten ser los únicos oferentes del producto fuera de temporada

A los efectos del desarrollo del producto diferenciado, se considera que cada uno de los canales comerciales –y por ende cada uno de los tipos de operadores comerciales– podrían contribuir a “crear demanda”.

En relación a las exportaciones, se mencionaron las limitantes existentes. No obstante, estos mercados podrían ser una alternativa para los chivos viejos y podrían explorarse si el producto se posiciona en niveles de precios muy elevados.

El rol del turismo se considera clave para el desarrollo del mercado de Los Lagos. El turista compra productos locales, de la Patagonia, y las compras que realizan son no repetitivas, con lo cual es clave el rol del operador comercial, principalmente los restaurantes, como oferentes del producto es fundamental.

También el rol de la población migrante es importante, pero principalmente en el Alto Valle, ya que desde hace décadas la población del norte que se presenta estable en términos cuantitativos, se desplaza hasta aquella región en búsqueda de trabajo.

#### *IV. Actores y organización colectiva*

##### **1. Tipo de actores involucrados según su papel y sus objetivos (esquema de la cadena y de la organización)**

*Tipo : describir y cuantificar todos los actores en el proceso, locales en el territorio, o el exterior (privado, publico, ONG, desarrollo, investigador, consumidor...). Precisar el promotor del proceso y el grupo lo lidera (proceso desde abajo (endógeno) o de arriba).*

Hasta el presente los actores involucrados en el proceso son productores, comercializadores e instituciones (locales, provinciales y nacionales) que quieren contribuir a la valorización de la producción de carne caprina.

El universo de explotaciones que desarrollan su actividad en la zona norte susceptibles de incorporarse a la DO son 990 (según el Censo Nacional Agropecuario 2002) que involucran a unas 1200 familias crianceras. De esta población sólo 500 productores envían regularmente caprinos a faena al frigorífico Chos Malal y 150 han participado en la elaboración de la propuesta.

Los productores tienen escaso a bajo nivel de organización y no existen mecanismos de información sobre el mercado. Si bien un proceso de diferenciación del producto no era visualizado inicialmente por el sector productivo como un problema que los afectara en forma directa, ellos reconocen la necesidad de incrementar la comercialización tanto en su número como en su valor, así como asegurar la calidad de la producción regional mediante algún mecanismo. No existe en la actualidad coordinación entre los productores para el desarrollo de actividades comerciales conjuntas que si son visualizadas en el marco de la DO.

Existen diferentes categorías de comercializadores según su modalidad de operación:

Categoría		Modalidad de operación
1	Comercializadores "Mercachifles" "Criancero"	Compran animales en el campo y trasladan en pie a las áreas urbanas. Venta en la calle. Mercado informal.
2	Matarifes – abastecedores local "Chiveros"	Compran animales en el campo, trasladan en pie hasta el frigorífico, faenan a su cargo y trasladan con equipo de frío propio o de terceros para su entrega en carnicerías, supermercados, restaurantes, etc. La actividad puede ser desarrollada a "cuenta propia" o bien como operador local para "terceros" (Ej: Supermercados)
3	Matarifes – carniceros local	Compran animales en el campo, trasladan en pie hasta el frigorífico, faenan a su cargo y comercializan en su propia boca de expendio.
4	Matarife-Exportador	Compran animales en el campo, trasladan en pie hasta el frigorífico, faenan a su cargo y trasladan con equipo de frío propio o de terceros para su exportación.

Los operadores comerciales locales no son numerosos y casi la totalidad participó de la elaboración y organización de la DO (aún los residentes en la ciudad de Neuquén). Ellos reconocen la necesidad de diferenciar al producto, incrementar el valor agregado en origen incorporando el desposte y la producción de cortes comerciales. La escala de su actividad en forma individual no les permite realizar las inversiones necesarias para el despiece, ni implementar un mecanismo de coordinación que la diferenciación exigiría. Los comercializadores concentran un mayor nivel de información que los productores ya que ellos están en contacto con los operadores comerciales ubicados en áreas urbanas y a la vez evalúan periódicamente la oferta en el campo.

En la zona Norte sólo el frigorífico municipal de Chos Malal está habilitado para la faena con Tránsito Federal<sup>20</sup>. El mismo actúa como prestador de servicios a múltiples operadores comerciales.

Las diferentes demandas y expectativas reflejadas por los integrantes de la cadena caprina fueron evaluadas al momento de formular el proyecto fortaleciendo la articulación del sector brindando un impulso a la economía regional. La elaboración del proyecto con la participación de los diferentes actores fue entendida como un laboratorio de aprendizaje y de validación de un enfoque endógeno.

De esta experiencia<sup>21</sup> han participado diferentes instituciones públicas y organizaciones de productores preexistentes:

<sup>20</sup> Sus instalaciones están habilitadas para la faena y expedición de reses a cualquier destino del territorio nacional. Por otra parte existen otros mataderos municipales que sólo están habilitados para el abastecimiento en las siguientes localidades: Buta Ranquil, Tricao Malal, Andacollo y Las Ovejas.

<sup>21</sup> Proyecto de Investigación y Desarrollo PID 446/03 financiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Nación.

Institución		Sector	Aportes	Rol	Ámbito
1	INTA	Público	Técnicos, Recursos Económicos	Promotor	Nacional
2	Ministerio de la Producción	Público	Técnicos	Acompañante	Provincial
3	Secretaría de Producción Chos Malal (Chos Malal)	Público	Técnicos  Recursos Económicos	Promotor	Local
4	AFR Colo Michicó (Minas)	Tercer Sector		Adherente	Local
5	Proyecto Forestal de Desarrollo	Público	Técnicos, movilidad	Acompañante	Nacional- Provincial
6	AFR Domuyo (Minas)	Tercer Sector		Adherente	Local
7	CFR Villa del Curi Leuvú (Chos Malal)	Público	Movilidad	Acompañante	Local
8	Secretaría de Producción Tricao Malal (Chos Malal)	Público	Movilidad	Acompañante	Local
9	Secretaría de Producción Buta Ranquil (Pehuenches)	Público		Adherente	Local
10	Secretaría de Producción Manzano Amargo (Minas)	Público	Movilidad	Adherente	Local
11	AFR Las Ovejas (Minas)	Tercer Sector		Adherente	Local
12	CFR Varvarco (Minas)	Público	Movilidad	Acompañante	Local
13	Puesto de Capacitación Agropecuaria N° 5 (Chos Malal)	Público		Adherente	Local
14	Secretaría de Producción Las Ovejas (Minas)	Público		Adherente	Local
15	Secretaría de Producción El Huecú (Ñorquín)	Público		Adherente	Local

La participación de las instituciones fue permanente a lo largo del proceso con diferentes niveles de implicación. El INTA y la Municipalidad de Chos Malal lideraron el proceso (INTA, Municipalidad de Chos Malal), del cual participaron técnicos provinciales que sin contar con el aval de su institución movilizaron e incentivaron en sus territorios la puesta en marcha de la propuesta (Técnicos del Ministerio de Producción Provincial, Secretaría de Producción de Tricao Malal, Comisión de Fomento de Varvarco). Otras instituciones brindaron aporte logístico mediante el traslado de los productores de su región a los talleres (Comisión de Fomento de Varvarco, de la Cuenca del Curi Leuvú, de Manzano Amargo, Municipalidad de Tricao Malal, de las Ovejas, del Huecú). En el marco del proyecto la agencia contribuyó con recursos económicos para el traslado de los productores más alejados.

La organización y coordinación de los talleres era una responsabilidad del INTA, mientras que para el resto de las instituciones locales sólo hubo adhesión a la iniciativa, sin que la misma fuera incluida en sus propios programas. Posteriormente, los Consejos Deliberantes de Chos Malal, Tricao Malal y Las Ovejas declararon las actividades del proyecto de interés municipal.

### Productores

*Características de los productores y empresas (tamaño, empresa familiar...). En particular, precisar el papel de los pequeños productores.*

*¿Qué implicó la implementación del proceso de calificación/ del sello obtenido según el nivel de avance (datos sobre medios de producción, por unidad de superficie):*

- *un aumento del tiempo de trabajo;*
- *una necesidad más importante de mano de obra;*
- *más o menos insumos;*
- *un aumento o una reducción de los rendimientos;*
- *un aumento de los costos de producción;*
- *un aumento del valor de la producción;*
- *variabilidad estacional?*

○

La actividad productiva es desarrollada integralmente por pequeños productores familiares. Las unidades de producción sustentan una economía de subsistencia con escaso nivel de acumulación. El número de cabras promedio de los productores es de 361, mientras que en el departamento Pehuénches es de 477 y en el de Loncopue es de 245. La implementación de la DO por parte de los mismos no implica ningún cambio a nivel del modo de producción, ni de la organización de las actividades ya que el protocolo fue construido desde la actual práctica de producción, considerándose las especificidades regionales. Sólo se puso énfasis en la preservación de la raza local y en los parámetros que definen la calidad del producto “chivito”. Este criterio de engrasamiento como determinante de la calidad es conocido y aceptado por la totalidad de los productores y los comercializadores, no exigiendo modificación en práctica alguna.

<b>Actor</b>	<b>Objetivo señalados</b>
Productor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar el acceso al mercado y encontrar nuevos mercados</li> <li>• Preservar la biodiversidad (raza)</li> <li>• Preservar las tradiciones: el « saber hacer » tradicional, la cultura local</li> <li>• Apoyar una dinámica colectiva en favor del desarrollo rural que permita el mantenimiento de una población local y la inserción de la población joven</li> </ul>
Comercializador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar el acceso al mercado y encontrar nuevos mercados mediante la diferenciación del producto</li> </ul>
Transformador (Municipalidad Chos Malal)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar el acceso al mercado y encontrar nuevos mercados que permita dinamizar la economía local</li> <li>• Amortizar las inversiones en infraestructura.</li> <li>• Preservar el « saber hacer » tradicional y la cultura local mediante la mejora económica de las poblaciones rurales</li> <li>• Permitir un desarrollo sostenible que preserve el ambiente</li> <li>• Apoyar una dinámica colectiva en favor del desarrollo rural</li> </ul>
INTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar el acceso al mercado a partir de la diferenciación del producto</li> <li>• Preservar la raza criolla neuquina y el « saber hacer » de los crianceros</li> <li>• Permitir un desarrollo sostenible que preserve el ambiente</li> <li>• Apoyar una dinámica colectiva en favor del desarrollo rural, que favorezca la radicación de la población joven</li> </ul>

### Exclusión de productores

*¿Hay productores dentro del territorio que no se benefician de la protección o de la diferenciación? ¿Quiénes?, ¿cuántos?, ¿por qué? ¿qué conflictos hay?*

Casi la totalidad de los productores caprinos existentes en el área de la DO están en condiciones de incorporarse a la iniciativa. Las restricciones están dadas por la voluntad de integración al proceso de diferenciación (inscripción en el consejo, pago de su aporte social, suministrar la documentación requerida para ser admitido como socio) y por la disponibilidad de cabras de raza criolla (el 90% de las existencias de la zona norte pertenecen a la raza). A los efectos de promover una participación amplia de productores, el aporte social es proporcional al número de cabras madres.

Con respecto a los comercializadores las exigencias previstas para su participación en la DO son las exigidas para la realización de una actividad comercial regulada, siendo cumplida por todos los operadores locales actuales. La incorporación de un nuevo operador a la actividad exige un año de actividad comercial en la región.

#### Rechazo del proceso por productores?

*¿Hay productores que no han participado y no participan del proceso? ¿Quiénes?, ¿cuántos?, ¿por qué? riesgo financiero, legal, falta de informaciones, costos (inversiones necesarias, conocimiento, certificación...) corrupción, ...*

El número de productores y comercializadores que participa es menor al 20% de los presentes en el área. No se ha implementado aún un programa activo de información e incorporación de los productores tendiente a incrementar la participación. La falta de aprobación de la solicitud de la DO y la finalización del proyecto de acompañamiento han restringido el avance en ese sentido. Si bien los productores y los comercializadores han continuado con la iniciativa al frente del Consejo Regulador con el acompañamiento de INTA –AER Chos Malal, no existe actualmente un proyecto que financie la iniciativa. Recientemente se ha formulado un nuevo proyecto impulsado por INTA, Municipalidad de Chos Malal y el Consejo Regulador ante la Secretaria de Ciencia y Tecnología con la finalidad de proveer soporte financiero y técnico gerencial para la implementación de la DO y la ampliación de los planteles de Mejoramiento genético de la cabra “criolla neuquina”.

Los productores fuera del área definida por la DO observan expectantes la evolución del proceso de certificación. Algunas organizaciones de productores del centro de la provincia de Neuquén, reclamaron la inclusión en la iniciativa en el momento de la redacción del protocolo.

## **2. Importancia del apoyo exterior (público, desarrollo, investigadores)**

- *Tipo de aportes (administrativos, financieros, conocimientos, integración a una red, evaluación, formación, educación....)*
- *Dependencia/autonomía en el largo plazo*
- *¿Qué apoyo externo parece imprescindible?*

En el marco del proyecto PID 446/03 financiado por la SeCyT se financiaron actividades de investigación, experimentación, estudios de mercado, difusión y capacitación implementados por el INTA y de la Municipalidad de Chos Malal. Este proyecto aportó recursos humanos en diferentes actividades y finalizó en marzo del corriente año.

La implementación de la DO requiere aportes financieros que complementaran los aportados por los beneficiarios. Dichos recursos deberán ser destinados especialmente a la difusión de la DO, la implementación de los controles previstos en el protocolo, la capacitación y el fortalecimiento de la organización. El aporte externo parece imprescindible para la continuidad de la propuesta

Por otra parte es necesario construir un frigorífico de ciclo II para despostar las reses y efectuar cortes comerciales. Esta iniciativa ha sido evaluada positivamente por los diferentes actores de la cadena y por el Municipio de Chos Malal y no cuenta hasta la fecha con un financiamiento específico.

## **3. Estructura y modos de coordinación?**

*¿Qué organizaciones estaban presentes antes del proceso (asociación, federación de productores, etc.)? ¿Qué nuevas han sido creadas o como han evolucionado las organizaciones que ya existían?*

*¿Qué tipo de organización hay?*

- *Empresa(s) dominante(s), (con marcas propias?) que concentran la producción o la distribución? e inciden en el desarrollo de la cadena ?*
- *Asociación de productores y/o transformadores y/o distribuidores*
- *Institución territorial (que congrega actores locales, públicos y/o privados)*
- *Otras instituciones, especificar.*

Las organizaciones de productores presentes en la región antes del proceso son las Asociaciones de Fomento Rural (AFR). Las mismas fueron creadas por impulso del Estado Provincial en los años 1960. La AFR como organización nuclea a los vecinos de un mismo paraje y aborda temáticas productivas y sociales. El estado canaliza diferentes recursos económicos a la población rural siendo ellas asistidas por un agente de extensión.

En la segunda mitad de los años 80 se creó la cooperativa Agrícola Ganadera del Norte Neuquino (AGANNCoop) con sede en Chos Malal dedicada a la comercialización de chivitos que administraba el frigorífico de la localidad. Esta cooperativa fue impulsada por el Ministerio de la Producción de Neuquén, siendo asistida y gerenciada por técnicos de la institución. Este emprendimiento recibió aportes del Estado provincial y cesó sus actividades comerciales en los años 90. No existe una organización que integre a los productores y los comercializadores locales.

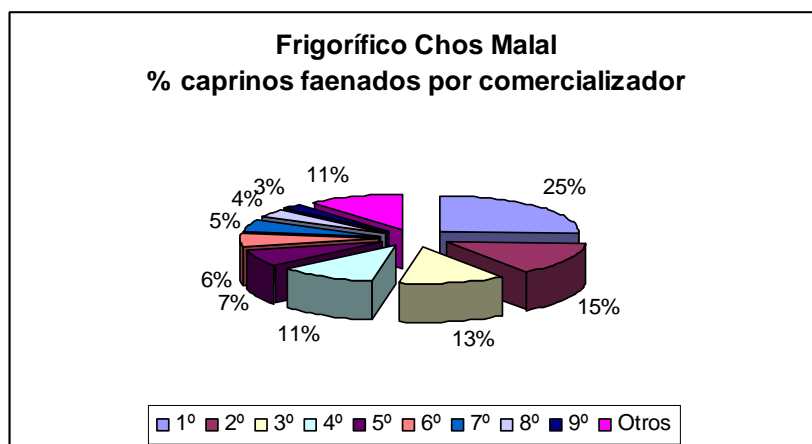
El sector comercializador está integrado por pequeñas empresas familiares, que complementan la actividad productiva con la comercial. En los últimos años se observa una creciente profesionalización del sector. El camión para el traslado de hacienda del campo al frigorífico constituye su bien de capital, y sólo algunos cuentan además con un camión térmico para el traslado de las reses a los mercados de consumo. Este sector nunca estuvo integrado ni existe articulación con los productores. Ninguno de ellos cuenta con una marca comercial propia.

Durante el período comprendido entre los años 2003-2006, se registraron 1.200 faenas con 62.780 caprinos faenados. Si bien el número de responsables de faena totaliza 74 personas, el 91% de los animales faenados y el 87% de las faenas efectuadas corresponden a sólo 10 matarifes. Sin embargo, de los 10 principales matarifes, sólo 7 registran operaciones constantes a lo largo de las 3 temporadas analizadas.

La distribución porcentual de la faena de caprinos entre los 10 principales operadores del Matadero Frigorífico de Chos Malal para la totalidad del período analizado se observa en el siguiente gráfico:



**Grafico 1 Distribución de la faena entre los operadores comerciales del Matadero Chos Malal**



**Fuente 1** Elaborado en base al libro de faena del Matadero-Frigorífico de Chos Malal.

El Frigorífico Matadero es de propiedad municipal y el mismo funciona como prestador de servicios a terceros.

¿Qué función tiene cada tipo de organización?: proveer, transformación, logística, marketing, producción, financiamiento, gestión, red, Repartición del valor y poder de negociación comercial

- *¿Qué tipo de actores participa en la definición de las características del producto (en el pliego de condiciones)? Prestar especial atención al papel de los pequeños productores y al poder de los distribuidores. ¿Quién decide al final?*
- *¿Y en la comercialización?*
- *¿Cómo se decide el precio y el pago de las materias primas?*
- *¿Cómo se forma el precio y el valor agregado para cada tipo de actor a lo largo de la cadena? (difícil información)*

Las características del producto a ser comercializado en el marco de la DO comienza a definirse en el corral al momento de la selección por el matarife-comercializador. La elección de los animales se efectúa tradicionalmente en la puerta del corral, siendo los animales “tanteados” uno a uno por el comercializador. En esta tarea evalúa el estado de engrasamiento del animal por palpación en diferentes zonas (lumbar, caudal, pectoral). En función del nivel de terminación del animal se define la compra del mismo. Esta tarea es clave para asegurar la homogeneidad del lote. El criterio de engrasamiento como indicador de la calidad es compartido por los diferentes actores de la cadena hasta el consumidor.

El precio se acuerda previamente al viaje del comercializador al campo. Existe un rango de variación en el precio ofrecido al productor en función de la magnitud del lote, la distancia a la localidad de Chos Malal y los compromisos de entrega asumidos por el comercializador.

El valor del “chivito” como bien de canje estuvo históricamente asociado al valor de la bolsa de harina de 50 kg. Desde el año 2001 se redujo significativamente el trueque para ser comercializados en efectivo. La devaluación de la moneda en diciembre de 2001 modificó el valor de referencia al Kg de asado bovino por su valor de sustitución.

¿Cómo?

- *¿Existen contratos formales entre actores o más bien relaciones informales?*
- *¿Los contratos son de largo o corto plazo?*
- *¿Existe una relación más de competencia o cooperación?*

La actividad no está contractualizada hasta el presente. Sólo existen acuerdos informales entre matarifes comercializadores y supermercados para su abastecimiento. Los acuerdos de abastecimiento son por la temporada, pudiendo un operador local proveer a diferentes cadenas de supermercados. Estos últimos actúan como financistas a los operadores comerciales locales.

Si bien la propuesta de abastecimiento a grandes cadenas de distribución ha sido permanente, la misma se ha visto limitada por las restricciones propias de la región (heterogeneidad de la oferta, dispersión geográfica, etc) y por la falta de cooperación entre operadores comerciales locales.

#### Fortalezas y debilidades internas/ oportunidades y amenazas externas

En relación a la acción colectiva se vislumbra como una oportunidad la creación de una organización que integre a diferentes actores (Consejo de la DO; Asociación de Matarifes, Consejo asesor). Estos espacios de articulación son nuevos y frágiles, siendo esencial el apoyo económico externo para superar las dificultades estructurales que impone la distancia y los costos de desplazamiento, así como la mediación entre los actores del proceso por agentes externos (INTA, Municipalidad de Chos Malal, técnicos de Producción).

También es una oportunidad la reciente aprobación de la Ley nacional de promoción de la actividad caprina. Dicha ley prevé la asignación presupuestaria específica para el sector, que comenzará a ser ejecutada en el 2008.

Se observa como una amenaza la ausencia de política pública provincial dirigida al pequeño productor que permita acompañar estos procesos.

Es una fortaleza la existencia de un equipo interdisciplinario de investigación que acompaña el proceso iniciado en forma directa, así como un buen entendimiento entre las instituciones nacionales (INTA) y Municipalidad de Chos Malal.

#### **4. Dispositivos de certificación y de control**

##### Descripción de los sistemas de certificación y de control (aplicados, o en desarrollo, perspectiva...)

- *¿Cómo: auto-control, por tercero público, privado?*
- *Rigor (= respeto de la normas colectivas)*
- *Flexibilidad (margen de libertad individual)*

El sistema de control previsto en el marco de la DO será mixto basado en controles propios del Consejo de la DO y por terceros de carácter público. El control a cargo del Consejo de la DO se implementará en dos momentos:

- A la inscripción del asociado para lo cual participarán miembros del consejo por región que certificará el cumplimiento de los requisitos de admisibilidad del asociado.
- Con personal propio en el matadero frigorífico de Chos Malal, se controlará la documentación que acompaña a los animales a los efectos de determinar procedencia, pertenencia a un asociado, realización de la trashumancia, el tipo racial, la categoría y la propiedad del lote. Estos controles son complementarios de los que se efectuarán en el interior del establecimiento una vez faenada el lote donde se determinará la condición corporal en función del engrasamiento renal. Este criterio es definitorio para el otorgamiento del sello de la DO a cada una de las reses.

Por otra parte el Municipio será responsable por delegación del Consejo de los controles veterinarios durante la faena.

### Sistema de autocontrol de la calidad

- *gestión de la calidad de la materia prima,*
- *evaluación del producto final*
- *gestión de los volúmenes y crecimiento*

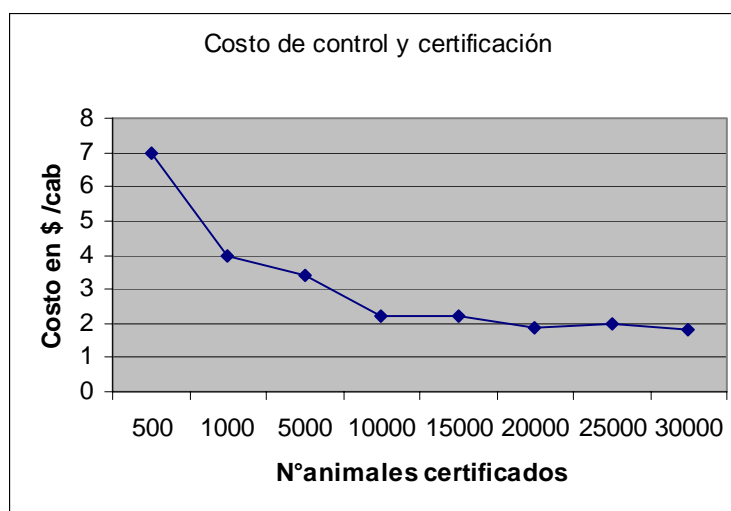
No han sido analizados hasta el momento.

¿Se requieren competencias (conocimientos, habilidades, actitudes) especiales para cumplir con los trámites y las exigencias del sistema de certificación y control, la gestión del pliego de condiciones, el autocontrol, etc.?

La implementación de los controles exige habilidades para el manejo de documentación y el registro de información, conocimiento de señales de propiedad, de razas caprinas y de evaluación de la canal. Estas competencias son corrientes entre los productores y los comercializadores locales. La restricción más importante está dada por el manejo de los aspectos administrativos del registro documental.

### Costos de la certificación y control

Aún no han sido completamente definidos por la falta de implementación. Es posible estimar el costo de personal de control en el frigorífico, el administrativo documental y el rotulado de las reses, siendo el mismo variable en función del número de animales a certificar. El costo de certificación estimado por unidad certificada está representado por la siguiente gráfica:



**Gráfico 2: Costo estimado de certificación por animal**

## **5. Acciones colectivas**

Describir las acciones colectivas: cuáles son? ¿Entre qué actores?

- *Directamente en relación con el producto*
- *Promoción colectiva (cuales son las comunicaciones y promociones ya realizadas y previstas)*
- *Investigación,*
- *Formación*

- *En relación con la preservación o la gestión de los recursos (culturales, ambientales)*
- *Vida social*

Hasta el presente las acciones colectivas estuvieron vinculadas a la difusión del producto en dos exposiciones realizadas en 2006: INTA Expone en la localidad de Gral. Roca, provincia de Río Negro y Fiesta Nacional del Chivito en Chos Malal.

**Foto 8: Fiesta Nacional del Chivito en Chos Malal**



Al mismo tiempo se organizó el concurso para la selección del Logo identificatorio de la DO. Este evento se realizó con una amplia campaña de difusión en los establecimientos escolares del Norte de Neuquén acompañado por la entrega de dos videos realizados por el INTA. Estos videos que contaron con la participaron de productores y comercializadores describen el sistema de producción regional y las especificidades que tiene la Denominación de Origen.

La difusión en el ámbito escolar permitió la incorporación en las escuelas rurales y urbanas de la temática productiva regional como objeto de estudio. Esto se vio reflejado en los trabajos de investigación expuestos por los alumnos en las diferentes “Ferias escolares regionales”.

Los comercializadores participaron en actividades de investigación vinculadas a la caracterización de la carne en aspectos nutricionales y organolépticos y los productores en trabajos relacionados a la mejora genética, la infraestructura, la introducción de especies en áreas de secano, el incremento de la superficie bajo riego y el manejo de los humedales..

## V) Análisis, síntesis y recomendaciones

### **1. Percepción por los actores**

*Según los objetivos iniciales por cada tipo de actores (Cf. IV.1), cuales son las áreas de éxito (satisfacción) y de fracaso (decepción) del proceso/sello de calidad, dado en cuenta el tiempo de desarrollo.*

*¿Razones expresadas por los actores?*

*Hay efectos no previstos ¿ positivos o negativos?*

## 2. Impactos económicos, sociales y ambientales

*Para medir los efectos, comparar con un producto similar sin sello de calidad o con el producto antes del proceso y precisar.*

La implementación de la DO no implicara modificaciones en el sistema de producción actual, por lo que su implementación no significa un costo ambiental incremental. Es esperable que la certificación por calidad del animal impulse un proceso de ajuste de carga en función de la oferta forrajera existente en la explotación. La hipótesis de trabajo es que el valor incremental del producto certificado induciría una reducción en el costo ambiental en relación al actual sistema.

El impacto social esperado con el proceso de certificación es la mejora de las condiciones económicas y sociales de la actividad criancera.

### Efectos económicos

- *Evolución del precio, comparación al estándar*
- *Tasa de crecimiento del mercado*
- *Volumen de negocios*
- *Desarrollo del reconocimiento o la reputación*

No se han iniciado las actividades comerciales con producción certificada. De acuerdo a los estudios de mercado realizados se estima un diferencial inicial del orden del 10% en relación a la producción sin certificar.

### Impacto sobre el desarrollo rural

#### Economía:

- *Evolución del ingreso de los productores (promedio y en quién en particular, en particular pequeños productores?)*
- *Evolución del empleo*
- *Freno al éxodo rural*
- *Efectos sobre otras actividades locales (turismo, hoteles, restaurantes, servicios...)*
- *Diversificación a nivel de la empresa agrícola y del territorio*

Estas variables no pueden ser evaluadas hasta el presente, si bien son parte de los argumentos expresados por los productores (“incremento del ingreso, más ventas, más valor de nuestra producción, un futuro mejor para los jóvenes, una razón para continuar en el campo”) para justificar su participación en la propuesta.

#### Social

- *Desarrollo de las infraestructuras públicas*
- *Trato hacia los empleados*
- *Inclusión social (mujeres, jóvenes, viejos)*
- *Desarrollo de acciones en común, cooperación entre actores (entre empresas, dentro de la cadena, dentro del territorio)*

La cooperación entre productores y comercializadores en tareas de difusión, así como la concertación para la construcción del protocolo, la conformación del Consejo y la forma de implementación de la DO han sido señalados en diferentes oportunidades como un aporte de este proceso.

### *Cultura y tradición:*

- *Preservación del patrimonio culinario*
- *Sinergia con otros aspectos culturales*
- *Aumento del orgullo (autoestima)*

A lo largo del proceso de redacción del protocolo y la conformación del Consejo se vio reflejado que la iniciativa movilizaba una reivindicación sobre su condición de criancero y el orgullo por la construcción de un producto de calidad socialmente valorada. La obtención de un sello de calidad inédito en la Argentina para productos agroalimentarios es señalada como un reconocimiento a los saberes socialmente construidos. Al mismo tiempo, la puesta en valor de la raza “criolla neuquina” y de la trashumancia, ambas indisociables del sistema de producción local es un reconocimiento frente a las instituciones públicas vinculadas al desarrollo.

La incorporación de estas temáticas a la enseñanza formal han sido reconocidas como un aporte de este proceso.

### *Impacto sobre el medio ambiente*

- *Efectos en cuanto a la contaminación, la preservación de la biodiversidad, gestión de tierras, gestión del agua, erosión, paisajes, bienestar animal...*
- *¿Cómo el pliego de condiciones toma en cuenta la preservación y la gestión de los recursos naturales?*

La DO promueve la conservación de recursos genéticos locales que detentan un alto grado de adaptación al medio. La valoración del sistema de producción sin que impliquen inversiones onerosas en él mismo, brinda argumentos para continuar en la actividad.

La conservación del recurso natural especialmente los pastizales en una región con un alto grado de erosión es imaginada como una conclusión indirecta del proceso de valorización del chivito a partir de la producción de calidad. Esto generará un proceso de reducción de la carga a los efectos de obtener una terminación homogénea de los animales.

## **3. Costos**

- *Certificación*
- *Formación, investigación*
- *Cambios de prácticas*
- ...

*¿Los costos son (o eran) conocidos y anticipados desde el principio?*

Los costos de inscripción y de certificación se han estimado y definido antes de la implementación de la DO, sirviendo como criterio para la participación de aquellos interesados.

## **4. Fortalezas y debilidades internas**

*En síntesis de lo que ha sido descrito, ¿cuáles son las potencialidades de desarrollo y las ventajas y por otra parte los frenos internos en relación el sello de calidad?*

*¿Cómo las debilidades fueron o podrán estar superadas? En particular, ¿cómo los actores públicos y del desarrollo podrían ayudar?*

Las fortalezas de este proceso están dadas por la existencia de una producción que cuenta con una alta valoración social en el mercado especialmente en la región de Confluencia cuya demanda está insatisfecha. Al mismo tiempo existe un mercado con alta potencialidad en expansión en la región turística de los Lagos. Esta región cuenta con un consumidor de alto poder adquisitivo que demanda productos naturales de calidad y que reconoce los signos de certificación.

La región tiene un alto potencial productivo que en la actualidad es consumido localmente. Dicha producción podría reorientarse a mercados más remunerativos con un beneficio adicional para el productor. Dicho proceso exige la implementación de un protocolo y la certificación que respaldaría al producto a partir de la existencia del Consejo Regulador. Este proceso fue iniciado hace ya dos años en el marco de la ley 25380. La forma de construcción del protocolo no implica modificaciones en el sistema de producción actual brindando un marco inclusivo para la producción regional cuyo proceso implica la concertación entre los actores del territorio. Esta producción protege una raza local que cuenta con un alto nivel de adaptación al medio que es la síntesis del trabajo de selección que los crianceros han realizado a lo largo de generaciones.

Las instalaciones del establecimiento de faena de la Municipalidad de Chos Malal están operativas y actualizadas para su funcionamiento.

La debilidad está dada por la limitada experiencia en procesos asociativos y de cooperación en la región. La dispersión geográfica no ha contribuido a los procesos de organización y mucho menos al sector de los pequeños productores. Sus bajos ingresos, las distancias, la baja disponibilidad de transporte común no han permitido un desarrollo organizacional. De la misma manera en el sector comercial local no se han desarrollado experiencias de cooperación que sirvan como precedentes.

Otra debilidad es el escaso nivel de acompañamiento de las instituciones públicas provinciales. Las intervenciones son erráticas y contradictorias, ya que si bien se aplican subsidios a la producción de los pequeños productores de escaso monto, la política pública los ignora como sujetos de derecho: Se produce apropiación privada de espacios de uso público como los caminos de arreo, las aguadas, los alojos como consecuencia de la política de tierras fiscales. Este hecho implica una dificultad adicional para los productores que recorren más de 200 km con sus animales entre el campo de invierno y el campo de verano. Al mismo tiempo se estimula la migración urbana de los más jóvenes ante la ausencia de una política educativa adaptada a los medios rurales. La escolarización de la juventud rural implica el abandono de la explotación y los contenidos escolares no permiten adquirir competencias para transformar o actuar en el medio rural. Estos elementos compiten en forma asimétrica con las acciones propuestas desde las instituciones públicas de desarrollo o por sus agentes de intervención.

## **5. Oportunidades y amenazas en relación con el contexto**

*De la misma manera, ¿cuáles son las oportunidades y amenazas del contexto (y cuales fueron en lo histórico). Cómo las amenazas fueron o podrán estar superadas. En particular cómo los actores públicos y del desarrollo ayudan o podrían ayudar.*

Las oportunidades están dadas por la existencia de mejores condiciones económicas de la sociedad argentina que permitirían mejorar la inserción de la producción al mercado, así como el desarrollo de una actividad turística que impacta favorablemente en la región. Al mismo tiempo se implementan políticas públicas de nivel nacional que tendrán incidencia en el sector de los pequeños productores como a continuación se detalla:

- Creación de la subsecretaría de la Agricultura Familiar en el seno de la SAGPyA.
- Fortalecimiento de la política pública nacional de desarrollo a partir de programas específicos (PSA, ProInder, Programa de Desarrollo Rural de la

Patagonia, Ley de fomento de la actividad caprina, etc) que significan el reconocimiento de la existencia del sector y la implementación de políticas específicas.

- Creación del monotributo social: Se crea una categoría fiscal específica que permite la existencia del sector de pequeños productores reconociendo la existencia de sus actividades comerciales. Esto implicará el blanqueo de las actividades comerciales desarrolladas por el sector caprino.

Las condiciones económicas continúan favoreciendo el desarrollo de la actividad y su inserción en el mercado.

Las amenazas están dadas por la ausencia de políticas públicas a nivel provincial que favorezcan al sector de pequeños productores. No existen cambios a nivel estructural (regularización de las condiciones de tenencia de los productores de la región, cese de la apropiación de los caminos de arreo, lugares de pastoreo común en el arreo y aguadas; mejora en las condiciones de vida de la familia rural, vivienda rural, caminos de acceso, educación y salud) que mejoren las condiciones de vida y reviertan el envejecimiento progresivo que se observa en el medio rural.

Los procesos de concentración urbana regional tienden a incrementarse con radicación de la población joven promoviendo la pérdida de conocimientos del sistema de producción regional.

El desarrollo de la actividad minera y petrolera en la región constituye una amenaza ambiental que impacta en el suelo y el agua.

## 6. Factores de éxito y fracaso

*Priorizar cuales son los factores de éxito y de fracaso según el contexto*

*¿Cuáles son los más importantes, externo o interno?*

*¿Unos pueden compensar a los otros?*

No pueden ser evaluados hasta el momento.

## 7. Necesidades y competencias necesarias

*Sintetizar las competencias (conocimientos, habilidades, actitudes) necesarias y las necesidades a todos los niveles (productores, transformadores, distribuidores, apoyo por parte de los actores públicos o ONG de desarrollo...)*

La implementación de la DO no exige en los productores el desarrollo de competencias nuevas, al igual que para los comercializadores.

Se requieren nuevas habilidades a nivel organizacional de concertación, de gestión administrativa y contable, de resolución de conflictos y de liderazgo que exigen un apoyo externo al sector.

De la misma manera se requiere un proceso de capacitación a lo largo de la cadena sobre la gestión de un producto de calidad. La construcción de un producto de calidad requiere la incorporación de hábitos no sólo para producirlos sino para conservarlos a lo largo del proceso de transformación que va desde la elección de los animales en el corral, la carga de los mismos en el transporte, el bienestar animal durante el mismo y previo a la faena y la manipulación durante la misma. En la construcción de un producto de calidad intervienen cada uno de los actores asegurando la preservación de la misma hasta el consumidor. Este trabajo de concientización exige ver más allá del animal y de la res, entendiendo que la misma es consecuencia de una gestión compleja y multiactoral.



La visión sistémica necesaria para la implementación de la DO es una habilidad a incorporar; así como la incorporación de nuevas prácticas comerciales.

## **8. Recomendaciones a la FAO y al IICA para posibles acciones futuras**

*El estudio de caso puede permitir poner de evidencia las acciones y líneas directivas operacionales que la FAO y el IICA podrían llevar para apoyar a esos procesos al nivel de los productores como de las instituciones.*

Creo que relevar las iniciativas sobre productos diferenciados a partir del origen mediante estudios de caso, puede ser útil para comprender los aportes que este mecanismo puede hacer al desarrollo de las economías, así como las dificultades y los desafíos que las mismas encierran en su implementación. Este trabajo será de un aporte inestimable para los decisores políticos, los agentes de intervención y las comunidades agrícolas.

## Bibliografía

1. AYESA,J., BRAN,D., LÓPEZ,C., MARCOLÍN,A., SBRILLER,D. 1994. Estado de la desertificación en el departamento Minas (Neuquén)., pp.01-34.Río Negro - Bariloche.
2. AYESA,J., SIFFREDI,G., LÓPEZ,C., PALMILI,G., VÁZQUEZ,A. 2002. INTA. Evaluación de campos caprinos en el noroeste de Neuquén. Bariloche. INTA EEA Bariloche.pp.28. Recursos Naturales:
3. BANDIERI,S. 1993. "Actividades económicas y modalidades de asentamiento " in *Historia de Neuquén*. S.Bandieri, O.Favaro, and M.Morinelli. pp. 147-262. Historia de nuestras provincias. Buenos Aires: Plus Ultra.
4. BARKER,J.S.F. 2001. Conservation and management of genetic diversity: a domestic animal perspective. *Canadian Journal of Forestry Research*.(31) pp.588-595.
5. BOCCARA,G. 2001. *Guerre et ethnogenèse mapuche dans le Chili colonial*. Paris. p.390
6. BOCCO DE ABEYA GILARDON,A. 1985. Une approche de l'espace pastoral dans les zones arides d'Argentine. Etude de cas:Marginalité et espace social des "puesteros" du sud de la province de Mendoza. Université Paris III - Sorbonne - IHEAL.. p.494.
7. BRAN,D. 2002. INTA. Areas Ecológicas de Neuquén. Bariloche. INTA -EEA Bariloche.pp.9. Com.Téc.Rec.Nat.: 70
8. CAMPBELL,G., ALVAREZ COSTA,E. 1978. El caprino Angora en el noroeste de la Patagonia.Relevamiento y estudios de situación., pp.01-52.Río Negro.
9. CURRUHUINCA,C., ROUX,L. 1987. *Las matanzas del Neuquén*. Plus Ultra. Buenos Aires. p.317
10. DOMINGO,E., ZIMERMAN,M., RAIMAN,R., LANARI,M.R. 2005. Caracterización de las canales de Chivitos Criollos Neuquinos. *Revista Argentina de Producción Animal*. 25:(Suplemento 1) p.-370.
11. GIBERTI,H.C.E. Ediciones Solar. 1981. Historia Económica de la Ganadería Argentina. Buenos Aires: pp.01
12. LANARI,M.R., DOMINGO,E., PEREZ CENTENO,M., GALLO,L. 2005. Pastoral community selection and the genetic structure of a local goat breed in Patagonia. *Boletín de información sobre recursos genéticos animales*. Roma: AGRI-FAO.(37) pp.31-42.
13. LANARI,M.R., PÉREZ CENTENO,M., DOMINGO,E. 2007. "The Neuquén criollo goat and its productionsystem in Patagonia, Argentina" in *People and Animals. Traditional livestock keepers: Guardian of domestic animal diversity*. FAO. pp. 7-16. Rome: FAO.

14. LANARI,M.R., TADDEO,H., DOMINGO,E., PÉREZ CENTENO,M., GALLO,L. 2003. Phenotypic differentiation of criollo goat population in Patagonia (Argentina). *Archiv für Tierzucht*. 46:(4) pp.347-356.
15. LANARI,M.R. 2003. Variación y diferenciación genética-fenotípica de cabra criolla Neuquina en relación con su sistema rural campesino. Tesis Doctorado. Universidad Nacional del Comahue. p.200.
16. LANARI,M.R. 2004. Variación y diferenciación genética fenotípica de cabra criolla Neuquina en relación con su sistema rural campesino. Tesis. Universidad del Comahue. p.200.
17. MARCO DEL PONT,R. 1948. *Historias del Sur mendocino*. Mendoza.
18. MÉNDEZ,L., IWANOW,W. 2001. *Bariloche: Las caras del pasado*. Manuscritos. Neuquén. p.223
19. PÉREZ CENTENO,M. 2007. Transformations des stratégies social et productives des Crianceros transhumants de la province de Neuquén et leurs relations avec les interventions de développement. Université Toulouse Le Mirail. p.268.
20. RODRIGUEZ ARIAS,J., GUIBOURDENECHÉ,M. 1975. *El desarrollo de zonas áridas y semi áridas: Caso de estudio: El departamento Malargüe*. CEIFAR. Mendoza. p.350
21. SCARAFFIA,L.G. 1993. INTA. Perspectivas para la producción y mejoramiento de caprinos Cashmere. San Carlos de Bariloche. EEA Bariloche.pp.4. Informe anual de Plan de Trabajo:
22. SCARAFFIA,L.G. 1994. El proceso de angorización en la provincia de Neuquén.VII Reunión Nacional Caprina, p.98.Bariloche.
23. SCARAFFIA,L.G., PALMILI,G., OPASO,L. 1994. Estudio de la eficiencia productiva de las cabras Criollas del Norte Neuquino. Estudio del peso al nacimiento y crecimiento del cabrito lechal hasta el momento de la venta al mercado.VII Reunión Nacional Caprina, p.79.Bariloche.
24. VARELA,G. AND BISET,A. 1993. "Entre guerras, alianzas, arrees y caravanas: Los indios de Neuquén en la etapa colonial" in *Historia de Neuquén*. S.Bandieri, O.Favaro, and M.Morinelli. pp. 65-106. Historia de Nuestras provincias. Buenos Aires: Plus Ultra.
25. ZIMERMAN, M., DOMINGO, E., LANARI, M. R., RAIMAN, R. 2005. Anonymous. Características de las canales de Chivitos Criollos Neuquinos faenados en Chos Malal. VII Congreso de la Federación Iberoamericana de Razas Criollas y Autóctonas.

## ***ANEXO MARCO REGULATORIO PARA LAS INDICACIONES DE PROCEDENCIA Y DENOMINACIONES DE ORIGEN DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y ALIMENTARIOS***

### **Ley 25.380 PRODUCTOS AGRICOLAS Y ALIMENTARIOS**

Sancionada: Noviembre 30 de 2000

Promulgada de Hecho: Enero 9 de 2001

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:

#### **REGIMEN LEGAL PARA LAS INDICACIONES DE PROCEDENCIA Y DENOMINACIONES DE ORIGEN DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y ALIMENTARIOS**

##### **CAPITULO I**

##### **DISPOSICIONES GENERALES**

**ARTICULO 1°** — Las Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen utilizadas para la comercialización de productos de origen agrícola y alimentarios, en estado natural, acondicionado o procesado se regirán por la presente ley. Se excluyen a los vinos y a las bebidas espirituosas de origen vínico, las que se regirán por un régimen especial.

**ARTICULO 2°** — A los efectos de esta ley se entiende por:

a) Indicación de Procedencia: El nombre geográfico de un país, región, provincia, departamento, localidad o área de su territorio, que sea conocido como centro de extracción, producción o fabricación de un producto agrícola o alimentario.

b) Denominación de Origen: El nombre de una región, provincia, departamento, distrito, localidad o de un área del territorio nacional debidamente registrada que sirve para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos.

**ARTICULO 3°** — La determinación y registro de las Indicaciones de Procedencia de productos agrícolas y alimentarios podrán ser solicitadas ante la Autoridad de Aplicación por cualquier persona física o jurídica dedicada a la extracción, producción o fabricación del mismo. Los requisitos y procedimiento para la determinación del área de producción y el control de los productos pertenecientes a esta categoría se establecerán mediante el decreto reglamentario de la presente ley.

**ARTICULO 4°** — A los efectos del artículo 2°, inciso b) se considerará producto agrícola y/o alimentario amparable por una denominación de origen, a aquellos originarios de una región, provincia, departamento, localidad, área o zona, de reconocida tipicidad y originalidad que, producido en un entorno geográfico determinado, desarrolla cualidades particulares que le confieren un carácter distinto al resto de los productos del mismo origen, aun en condiciones ecológicas y con tecnologías similares, por la influencia del medio natural y del trabajo del hombre.

##### **CAPITULO II**

##### **SOLICITUD PRELIMINAR DE ADOPCION DE UNA DENOMINACION DE ORIGEN**

**ARTICULO 5°** — La propuesta de adopción de una Denominación de Origen surgirá de la iniciativa individual o colectiva de los productores, siempre que éstos desarrollen sus actividades dentro del área correspondiente a la futura Denominación de Origen.

**ARTICULO 6°** — Los productores que pretendan el reconocimiento de una denominación de origen podrán constituir previamente un Consejo de Promoción, el que tendrá por objeto redactar un proyecto de reglamento interno de la denominación y la realización de estudios e informes técnicos sobre:

- a) Antecedentes históricos de la región y límites geográficos del área de producción.
- b) Características generales de la región, factores climáticos, relieve y naturaleza y homogeneidad de los factores de producción.
- c) Los productos para los cuales se utilizará la Denominación de Origen y los factores y/o elementos que acrediten que el producto es originario de la zona indicada.
- d) Descripción detallada del proceso de producción del producto (materia prima, métodos de producción, técnicas de acondicionamiento o procesamiento, etapa de producción).
- e) Identificación del o de los productores que se postulan para el reconocimiento de la Denominación de Origen.
- f) El nombre propuesto para la Denominación de Origen.

**ARTICULO 7°** — Los antecedentes y requisitos especificados en el artículo anterior, juntamente con la pertinente solicitud, serán presentados ante la Autoridad de Aplicación.

**ARTICULO 8°** — Dentro de los sesenta (60) días de la presentación de la solicitud preliminar, la Autoridad de Aplicación deberá aceptar, rechazar, solicitar aclaraciones o sugerir las modificaciones que estime necesarias.

Dentro de los primeros veinte (20) días, correrá asimismo vista al Instituto Nacional de la Propiedad Industrial, a fin que se expida sobre los artículos 25 b) y 46 de la presente ley.

Una vez aprobada la solicitud preliminar, los productores deberán completar los demás requisitos legales y reglamentarios establecidos en esta ley y sus normas complementarias, constituyendo el correspondiente Consejo de Denominación de Origen, redactar y aprobar colectivamente su reglamento y obtener personería jurídica; todo ello, en un plazo de ciento ochenta (180) días.

### CAPITULO III

#### CONSEJOS DE DENOMINACION DE ORIGEN DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y ALIMENTARIOS

**ARTICULO 9°** — Por cada denominación de origen habrá un único Consejo de Denominación de Origen.

**ARTICULO 10.** — Los Consejos de Denominaciones de Origen estarán integrados exclusivamente por quienes se dediquen a la extracción, producción, acondicionamiento, procesamiento o comercialización de los productos amparados en la Denominación de Origen y que desarrollen sus actividades dentro del área correspondiente.

**ARTICULO 11.** — Los Consejos de Denominación de Origen se organizarán jurídicamente bajo la forma de asociaciones civiles abiertas sin fines de lucro, con domicilio legal en la zona correspondiente.

**ARTICULO 12.** — Toda persona física o jurídica a quien se le haya denegado la admisión en el Consejo de Denominación de Origen, podrá recurrir dentro de los treinta (30) días hábiles de notificada la resolución denegatoria, en las condiciones que determine el decreto reglamentario.

**ARTICULO 13.** — Los Consejos de Denominaciones de Origen de productos agrícolas y alimentarios tendrán las siguientes funciones:

- a) Aprobar su reglamento interno.
- b) Gestionar y obtener la inscripción de la Denominación de Origen en el Registro de Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios.
- c) Otorgar las autorizaciones de uso a sus asociados que lo soliciten y cumplan con la totalidad de los requisitos necesarios.
- d) Inscribir cada una de dichas autorizaciones en el Registro pertinente.
- e) Orientar, vigilar y controlar la producción, elaboración y calidad de los productos amparados por la Denominación de Origen.
- f) Promocionar el sistema y velar por el prestigio de la Denominación de Origen.
- g) Escoger los emblemas, logotipos, distintivos o siglas que identificarán al Consejo y/o a la Denominación de Origen.
- h) Expedir los certificados de uso, las obleas numeradas cuando correspondiere y los demás instrumentos de control que se establezcan en el decreto reglamentario.
- i) Percibir los aranceles, contribuciones, multas y demás recursos que le correspondan.
- j) Determinar e imponer sanciones a los asociados que cometan infracciones al reglamento interno del Consejo de Denominación de Origen.
- k) Denunciar las violaciones al régimen de la presente ley ante la Autoridad de Aplicación, y/o interponer cualquier acción tendiente a preservar su Denominación de Origen.

**ARTICULO 14.** — Los Consejos de Denominación de Origen atenderán su funcionamiento con los siguientes recursos:

- a) Cobro de aranceles, certificados, obleas numeradas y demás instrumentos de control.
- b) Contribuciones de los asociados, legados o donaciones.
- c) La percepción de multas o recargos.
- d) Todo otro recurso que establezca su Estatuto.

**ARTICULO 15.** — Las resoluciones de los Consejos de Denominación de Origen serán impugnables ante la Autoridad de Aplicación.

#### CAPITULO IV

#### DEL REGISTRO DE LAS INDICACIONES DE PROCEDENCIA Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN

**ARTICULO 16.** — La Autoridad de Aplicación, a través del Registro que se crea a esos efectos, registrará las Indicaciones de Procedencia y/o Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios.

El procedimiento y recaudos para el registro de las Indicaciones de Procedencia será establecido por el decreto reglamentario.

**ARTICULO 17.** — La solicitud para la obtención del registro de una Denominación de Origen deberá consignar:

- a) El vínculo existente entre los factores naturales y/o humanos que determinan las características del producto y el medio geográfico.
- b) El nombre de la Denominación cuyo registro se solicita.
- c) La delimitación del área geográfica a la cual deba aplicarse la Denominación: antecedentes históricos, características generales de la región, factores climáticos, relieve y naturaleza, homogeneidad de los factores de producción y todo otro dato de interés.
- d) Los productos para los cuales se usará la Denominación de Origen.
- e) Descripción detallada del proceso de producción del producto (materia prima, métodos de producción, técnicas de acondicionamiento o procesamiento, etapa de producción).
- f) Acreditación de la personería jurídica del Consejo de Denominación de Origen, con la identificación del o de los productores que lo integran.
- g) Demás recaudos que establezca la reglamentación.

**ARTICULO 18.** — El Consejo de Denominación de Origen presentará la solicitud de registro en las condiciones que determine el decreto reglamentario. Si se encuentran cumplidos los requisitos legales exigidos, se procederá a publicar el contenido de la solicitud por un (1) día en el Boletín Oficial y en un diario de amplia circulación en la zona geográfica que se trate, a costa del peticionante.

Se correrá vista por el término de treinta (30) días al Instituto Nacional de la Propiedad Industrial, a fin que se expida sobre lo impuesto en los artículos 25 b) y 48 del presente.

**ARTICULO 19.** — Toda persona física o jurídica que justifique un interés legítimo y que estimare que alguno de los requisitos establecidos no han sido debidamente cumplidos, podrá formular oposición al registro, por escrito y en forma fundada, dentro de los treinta (30) días siguientes al de la última publicación realizada en los términos del artículo anterior.

**ARTICULO 20.** — Se dará vista al solicitante de las oposiciones deducidas y por el plazo de treinta (30) días desde la notificación para que las constate, limite el alcance de la solicitud o la retire. Con la contestación del solicitante o vencido el plazo sin que éste se hubiese presentado, se resolverá sobre la oposición presentada.

**ARTICULO 21.** — De oficio o a petición de parte, si se estimara que alguno de los requisitos indicados en la solicitud no ha sido debidamente cumplido, se le comunicará al solicitante para que dentro del plazo de treinta (30) días subsane las irregularidades. Si el solicitante no contestare en término o no diera cumplimiento a lo requerido, se denegará el registro. En caso de que los defectos fueren subsanados, el trámite continuará con arreglo a lo dispuesto en los artículos anteriores.

**ARTICULO 22.** — Otorgada la inscripción de la Denominación de Origen, se publicará la resolución en el Boletín Oficial por un (1) día y se comunicará al Instituto Nacional de la Propiedad Industrial y a todo otro organismo nacional y/o internacional que se requiera.

**ARTICULO 23.** — Las Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios extranjeras, podrán registrarse, cuando nuestro país hubiese celebrado acuerdos de reciprocidad, los que establecerán las condiciones del registro.

**ARTICULO 24.** — Se tramitará por conducto del MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO INTERNACIONAL Y CULTO, el registro de las Denominaciones de Origen protegidas en los términos de la presente ley, a fin de obtener su reconocimiento en Organizaciones internacionales o países extranjeros conforme a los Tratados Internacionales en la materia.

**ARTICULO 25.** — No podrán registrarse como Indicaciones de Procedencia y/o Denominaciones de Origen las que:

- a) Sean genéricas de productos agrícolas o alimentarios, entendiéndose por tales aquellas que por su uso han pasado a ser el nombre común del producto con el que lo identifica el público en general en el país de origen.
- b) Las marcas registradas vigentes.
- c) Los nombres similares a otros ya inscriptos como Denominación de Origen de productos agrícolas o alimentarios, o que hubieran iniciado trámite de inscripción con anterioridad.
- d) Los nombres cuyo uso pudiera inducir a error respecto de las cualidades o características del producto que se trate.
- e) La utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, que pueda inducir al público a error en cuanto al origen geográfico.

## CAPITULO V

### ALCANCES DE LA PROTECCION LEGAL

**ARTICULO 26.** — El Estado nacional, por intermedio de la Autoridad de Aplicación de esta Ley, confiere a los usuarios de la Indicación de Procedencia y/o Denominación de origen los siguientes derechos:

- a) Derecho de uso de la Indicación de Procedencia.
- b) Derecho de uso, en forma exclusiva, de la Denominación de Origen para productos Agrícolas y Alimentarios y del nombre que la identifica, lo que incluye el derecho al uso de emblemas, distintivos, siglas, logotipos, marbetes, etc., que hayan sido autorizadas por el organismo competente.
- c) Control y garantía de calidad especificada en la Denominación de Origen registrada por autoridad competente.

**ARTICULO 27.** — Queda prohibido el uso de Indicación de Procedencia y/o Denominación de Origen:

- a) Para productos agrícolas o alimentarios que no provengan de las áreas geográficas determinadas o asignadas, y que sean del mismo género o que, no siéndolo, no se ajusten a las condiciones bajo las cuales fue registrada la Indicación de Procedencia o la Denominación de Origen.
- b) Como designación comercial de productos similares a los registrados o con el fin de aprovechar la reputación de los mismos.
- c) Cuando exista usurpación, imitación o evocación, aunque se indique el origen verdadero del producto que se pretende comercializar, aun cuando la Indicación de Procedencia o la Denominación de Origen sea utilizada acompañada de expresiones tales como "género" , "tipo", "método", "estilo", "imitación", o similares.



d) Cuando implique otro tipo de indicación falsa o falaz, ardid o engaño, relativo a la procedencia, el origen, la naturaleza o características esenciales de productos que no sean los originarios y protegidos.

e) Cualquier otra práctica que pueda inducir a error a los consumidores sobre el verdadero origen y/o cualidades diferenciadoras del producto que implique competencia desleal.

Las prohibiciones anteriores se aplicarán a las Indicaciones de Procedencia y/o Denominaciones de Origen utilizadas en el envase, en las etiquetas o en el embalaje, en la publicidad o en los documentos relativos al producto de que se trate.

## CAPITULO VI

### MODIFICACION Y/O EXTINCION DE LOS REGISTROS

**ARTICULO 28.** — El Consejo de Denominación de Origen podrá proponer la modificación del registro cuando se hayan producido cambios en las condiciones originales, tanto en alguno o en el conjunto de los factores de producción, propuesta que deberá ser aprobada y registrada por la Autoridad de Aplicación.

**ARTICULO 29.** — Fuera del caso previsto en el artículo anterior, un usuario o cualquier persona física o jurídica que justifique un interés legítimo, podrá solicitar la modificación del registro cuando se hayan producido cambios en las condiciones originales que fundamentaron el registro de la Denominación de Origen del producto que se trate. En este supuesto, previo a resolver, se otorgará un traslado por diez (10) días al Consejo titular de la inscripción, a los fines del ejercicio de su derecho de defensa.

**ARTICULO 30.** — Se producirá la extinción de la inscripción de una Denominación de Origen de productos agrícolas o alimentarios por las siguientes causas:

a) Renuncia del Consejo usuario de dicha Denominación.

b) Cancelación del registro por causa de sanciones.

c) Cancelación del registro cuando hayan cambiado las condiciones naturales o administrativas que fundamentaron el otorgamiento de la Denominación de Origen.

**ARTICULO 31.** — Serán causas de la extinción de la autorización de uso conferida a sus asociados por los Consejos de Denominación de Origen de los productos comprendidos en esta ley:

a) La renuncia presentada por el asociado.

b) La cancelación de la autorización por causa de sanciones.

c) La cancelación por la modificación de las circunstancias de hecho que justificaron su otorgamiento.

d) La cancelación de la inscripción de la Denominación de Origen al Consejo al que pertenece el asociado.

**ARTICULO 32.** — En los supuestos a), b) y c) del artículo anterior, el Consejo de Denominación de Origen deberá efectuar la pertinente comunicación a la Autoridad de Aplicación dentro del plazo de quince (15) días.

**ARTICULO 33.** — Las resoluciones sobre modificación o cancelación de la Denominación de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios, serán publicadas por un (1) día en el Boletín Oficial.

## CAPITULO VII

### AUTORIDAD DE APLICACION

**ARTICULO 34.** — La SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTACION, dependiente del MINISTERIO DE ECONOMIA, será la autoridad de aplicación de la presente ley. Sus funciones serán las de asesoramiento, vigilancia, verificación, control, registro, defensa del sistema de Denominación de Origen y representación ante los organismos internacionales. Actuará como cuerpo técnico-administrativo del sistema de designación de la procedencia y/u origen de los productos agrícolas y alimentarios.

**ARTICULO 35.** — Son funciones de la Autoridad de Aplicación:

- a) Entender, aprobar o rechazar solicitudes de Indicaciones de Procedencia y/o Denominaciones de Origen.
- b) Registrar las Indicaciones de Procedencia, y expedir los certificados conforme lo determine la reglamentación;
- c) Registrar las Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios, en los términos establecidos por esta ley y expedir los certificados pertinentes;
- d) Fiscalizar el cumplimiento de las condiciones de producción y elaboración establecidas en cada reglamento de Denominación de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios y supervisar el control ejercido por parte de los Consejos.
- e) Registrar las autorizaciones de uso concedidas a los asociados por los Consejos de Denominación de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios, en los términos establecidos por esta ley.
- f) Registrar las Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios provenientes del extranjero y reconocidas de acuerdo a las previsiones de los tratados celebrados al respecto, y a la presente ley.
- g) Correr las vistas indicadas en los artículos 8° y 18 de la presente, y comunicar al Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (Registro de Marcas Comerciales) las Denominaciones de Origen que se registren, en un término no mayor a los quince (15) días desde su registro definitivo.
- h) Brindar los informes que se soliciten, respecto de los nombres y autorizaciones de uso que se encuentren inscriptos, en la forma que establezca la reglamentación.
- i) Registrar las modificaciones y/o extinciones de las inscripciones de las Indicaciones de Procedencia y de las Denominaciones de Origen.
- j) Registrar las infracciones a la presente ley y sus normas reglamentarias, a los fines de establecer el carácter de reincidente del eventual infractor.
- k) Ejercer el control de las resoluciones y actuaciones de los Consejos de Denominación de Origen.
- l) Recibir denuncias por eventuales infracciones, tramitar los sumarios pertinentes e imponer sanciones.
- m) Actuar como Alzada en los casos de conflictos entre Consejos.
- n) Elevar a la justicia las actuaciones cuando medien apelaciones a sanciones impuestas.

o) Propiciar la celebración de acuerdos bilaterales o multilaterales para la protección y promoción de las Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios reconocidas por nuestro país.

p) Tramitar la inscripción de las Indicaciones de Procedencia y de las Denominaciones de Origen, en el Registro de la Propiedad Industrial de las Naciones Unidas, en la Organización Mundial del Comercio, y/u otros registros internacionales o regionales a crearse.

**ARTICULO 36.** — Los gastos que demande el cumplimiento por parte de la Autoridad de Aplicación de sus funciones, serán atendidos con las previsiones presupuestarias anuales que se le asignen, a partir del ejercicio posterior a la sanción de la presente ley.

**ARTICULO 37.** — Además de los recursos previstos en el artículo anterior, al Autoridad de Aplicación atenderá tales gastos, con los siguientes recursos genuinos:

a) Contribuciones, legados y/o donaciones generadas en la ayuda económica dispuesta por las personas públicas o privadas interesadas en el funcionamiento del sistema.

b) Multas que se apliquen por infracciones a lo dispuesto en la presente ley.

c) Percepción de aranceles por la expedición de certificados y demás servicios derivados de la aplicación del sistema.

d) El producido de las ventas de los productos decomisados en el territorio nacional, por infracciones cometidas por responsables amparados por el régimen y por los no amparados en cuanto a infracciones a lo dispuesto por la presente ley.

**ARTICULO 38.** — Créase la COMISION NACIONAL ASESORA DE DENOMINACION DE ORIGEN DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y ALIMENTARIOS, que funcionará como cuerpo consultivo permanente y no vinculado dentro de la estructura orgánica de la Autoridad de Aplicación.

**ARTICULO 39.** — La Comisión se conformará por representantes de Estados Provinciales de cuyo territorio provengan denominaciones de origen de productos agrícolas o alimentarios, de entidades y organismos públicos y privados competentes en la materia, y de los distintos Consejos de Denominación de Origen de productos agrícolas o alimentarios, en el número y modalidades que determine la reglamentación.

Todas las funciones serán ejercidas ad honórem.

**ARTICULO 40.** — Serán funciones de la Comisión:

a) Dictar su propio reglamento.

b) Asesorar y promover la extensión de las Denominaciones de Origen, así como la constitución de Consejos de Promoción.

c) Verificar el Registro Nacional de Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen.

d) Asistir en la fiscalización del cumplimiento de las condiciones de producción y elaboración establecidas en cada reglamento de Denominación de Origen.

e) Promover la firma de acuerdos tecnológicos y/o de cooperación con organismos públicos y privados, nacionales o internacionales.

## CAPITULO VIII

### INFRACCIONES Y SANCIONES

**ARTICULO 41.** — Las infracciones a la presente ley, sus normas reglamentarias, al régimen de una Indicación de Procedencia como así también al Reglamento de una Denominación de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios o a las resoluciones de sus Consejos, que fueran cometidas por personas físicas o jurídicas, usuarios del sistema o inscriptos en los registros del Consejo respectivo, se clasificarán a los efectos de su sanción, de la siguiente forma:

a) Faltas: Se entiende por tales las inexactitudes en las declaraciones obligatorias, asientos en los libros, omisión de comunicaciones, incumplimiento de plazos y en general, faltas a normas similares.

b) Infracciones a la producción y elaboración de productos protegidos: Se entiende por tales a las faltas referidas a incumplimientos del / los protocolos de calidad aprobados por el Consejo de Zona para el producto protegido con denominación de Origen.

c) Contravenciones: Se entienden por tales, las referidas al uso indebido de una Indicación de Procedencia o Denominación de Origen, a las violaciones de las normas y reglamentos referidos a la utilización de nombres, símbolos y emblemas propios de una Denominación de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios, en otros productos que no sean los protegidos, o siéndolos causen un perjuicio en su imagen o en la del régimen de Denominación de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios.

**ARTICULO 42.** — Las faltas, infracciones y contravenciones descriptas en el artículo anterior, cometidas por los usuarios del sistema, podrán ser sancionadas por la Autoridad de Aplicación con:

a) Multa de hasta cincuenta (50) veces el valor de mercado que tuviera el producto en infracción.

b) Decomiso de los productos en infracción.

c) Suspensión temporal del uso de la Indicación de Procedencia o de la Denominación de Origen de que se trate.

d) Cancelación definitiva del uso de la Indicación de Procedencia o de la Denominación de Origen, la que deberá ser publicada en un diario de circulación masiva a nivel nacional y en el Boletín Oficial por un (1) día.

**ARTICULO 43.** — La Autoridad de Aplicación podrá imponer las sanciones previstas en el artículo anterior a personas físicas o jurídicas que no estuvieran adscriptas al sistema de protección que se crea por esta ley, cuando constatare:

a) El uso indebido de una Indicación de Procedencia o de una Denominación de Origen.

b) La utilización de nombres comerciales, expresiones, signos, siglas o emblemas que por su identidad o similitud gráfica o fonética con las denominaciones protegidas, o con los signos o emblemas registrados, puedan inducir a error sobre la naturaleza o el origen de los productos agrícolas y alimentarios.

c) El empleo indebido de nombres geográficos protegidos en etiquetas o marbetes, documentación comercial o publicidad de productos, aunque vayan precedidos por los términos "género", "tipo", "estilo", "método", "imitación" o una expresión similar que pudieran producir confusión en el consumidor respecto de una Indicación de Procedencia o de una Denominación de Origen.

**ARTICULO 44.** — En los casos de reincidencia, o cuando los productos fueren destinados a exportación, las multas podrán aumentarse, hasta la duplicación del módulo del inciso a) del artículo 42.

Durante el trámite del procedimiento administrativo podrá procederse a la incautación preventiva de los productos en infracción, a cuyo fin se requerirá la autorización judicial pertinente.

**ARTICULO 45.** — En todos los casos de presuntas infracciones a esta ley, sus normas reglamentarias y reglamentos internos de una Denominación de Origen, o a las resoluciones de los Consejos, se deberá instruir un sumario, en el cual se garantizará el derecho a defensa de los presuntos infractores.

Si del sumario surgiera la presunta comisión de infracciones cuyo juzgamiento no competiera al ente sumariante, éste deberá dar oportuna intervención al organismo que corresponda y/o a la Justicia.

**ARTICULO 46.** — Las resoluciones de la Autoridad de Aplicación que impusieren sanciones, serán recurribles por ante el Juzgado Federal con jurisdicción en el lugar donde tiene asiento el Consejo de Denominación de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios afectado, dentro del plazo de quince (15) días hábiles judiciales contados desde su notificación. El recurso no suspenderá la ejecución del acto.

## CAPITULO IX

### DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

**ARTICULO 47.** — No podrán registrarse como marca para distinguir productos, el que correspondiere a una Denominación de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios debidamente registrada y que hubiere sido comunicada al Instituto Nacional de Propiedad Industrial.

**ARTICULO 48.** — En caso que se pretendiera registrar como Denominación de Origen una marca ya registrada, para la entrada en vigencia de la denominación será necesario que se extinga el derecho a la marca, ya sea por renuncia del titular, por extinción del plazo, o cualquier otra causa de caducidad.

**ARTICULO 49.** — En el supuesto de existir un Consejo de Denominación de Origen anterior a la vigencia de la presente ley, y siempre que cumpla con los requisitos que en ella se establecen, el representante legal del mismo podrá solicitar directamente su registro ante la Autoridad de Aplicación.

**ARTICULO 50.** — Las prescripciones de esta ley, no obstarán al cumplimiento, por parte de los Consejos de Denominación de Origen y/o usuarios, de otras imposiciones, registros, etc. que determinen leyes provinciales y sus normas reglamentarias, según la jurisdicción del asiento de cada uno de ellos.

**ARTICULO 51.** — Deróganse los artículos 7° y 8° de la Ley N° 22.802.

**ARTICULO 52.** — El Poder Ejecutivo nacional dictará la reglamentación de la presente ley en el plazo de ciento ochenta (180) días luego de su publicación.

**ARTICULO 53.** — Comuníquese al Poder Ejecutivo.

— REGISTRADO BAJO EL N° 25.380 —

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS TREINTA DÍAS DEL MES DE NOVIEMBRE DEL AÑO DOS MIL.

RAFAEL PASCUAL. — MARIO A. LOSADA. — Guillermo Aramburu. — Juan C. Oyarzún.

## **Ley 25.966 PRODUCTOS DE ORIGEN AGRICOLA Y ALIMENTARIOS**

### **Modifícase la Ley N° 25.380.**

Sancionada: Noviembre 17 de 2004

Promulgada de Hecho: Diciembre 20 de 2004

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:

**ARTICULO 1°** — Sustitúyese el texto del artículo 1° de la Ley N° 25.380, por el siguiente:

Las indicaciones geográficas y denominaciones de origen utilizadas para la comercialización de productos de origen agrícola y alimentarios, en estado natural, acondicionados o procesados se regirán por la presente ley. Se excluyen a los vinos y a las bebidas espirituosas de origen vínico, las que se regirán por la Ley N° 25.163 y sus normas complementarias y modificatorias.

**ARTICULO 2°** — Sustitúyese el texto del artículo 2° inciso a) de la Ley N° 25.380, por el siguiente: A los efectos de esta ley se entiende por:

a) Indicación geográfica: aquella que identifica un producto como originario, del territorio de un país, o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad u otras características del producto sean atribuibles fundamentalmente a su origen geográfico.

**ARTICULO 3°** — Sustitúyese el texto del artículo 3° de la Ley N° 25.380 por el siguiente:

La determinación y registro de las indicaciones geográficas de productos agrícolas y alimentarios podrán ser solicitadas ante la Autoridad de Aplicación por cualquier persona física o jurídica dedicada a la extracción, producción o fabricación del mismo en la zona respectiva. Los requisitos y procedimientos para la determinación del área de producción y el control de los productos pertenecientes a esta categoría se establecerán en el decreto reglamentario de la presente ley.

**ARTICULO 4°** — Agrégase al artículo 7° de la Ley N° 25.380 el siguiente texto:

Los gobiernos provinciales a los cuales pertenece el área del territorio nacional correspondiente a la delimitación geográfica de la denominación de origen formularán ante la Autoridad de Aplicación un informe técnico sobre el debido cumplimiento de los requisitos que, para los solicitantes de la Denominación de Origen establece el artículo 6° de la presente ley.

**ARTICULO 5°** — Agrégase como inciso l) del artículo 13 de la Ley N° 25.380 el siguiente texto:

1) Llevar y tener permanentemente actualizadas estadísticas e informes sobre producción con denominación de origen, conforme a las normas establecidas en el respectivo Reglamento Interno.

**ARTICULO 6°** — Sustitúyese el texto del artículo 16 de la Ley N° 25.380, por el siguiente:

Artículo 16: La autoridad de aplicación, a través del Registro que se crea a esos efectos, registrará las indicaciones geográficas y/o las denominaciones de origen de productos agrícolas y alimentarios.

El procedimiento y recaudos para el registro de las indicaciones geográficas serán establecidos por el decreto reglamentario de la presente ley.

**ARTICULO 7°** — Sustitúyese el texto del artículo 23 de la Ley N° 25.380, por el siguiente:

Artículo 23: La presente ley no impone obligación alguna de proteger las indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen que no estén protegidas o que hayan dejado de estarlo en su país de origen, o que hayan caído en desuso en ese país.

El registro de las indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen previamente inscriptas en su país de origen, se regirá en cuanto a los procedimientos de inscripción y derechos, por la presente ley y normas complementarias.

Se entenderá por "país de origen" al país en el cual se sitúa el área geográfica, región o localidad cuyo nombre constituye la indicación geográfica y/o denominación de origen.

**ARTICULO 8°** — Sustitúyese el texto del artículo 24 de la Ley N° 25.380, por el siguiente:

Artículo 24: Se tramitará por conducto del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, el registro en el exterior de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen protegidas en los términos de la presente ley, conforme los tratados internacionales en la materia.

**ARTICULO 9°** — Sustitúyese el texto del artículo 25 de la Ley N° 25.380, por el siguiente:

Artículo 25: No podrán registrarse como indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen las que:

a) Sean nombres genéricos de productos agrícolas o alimentarios, entendiéndose por tales aquellos que por su uso han pasado a ser nombre común del producto con el que lo identifica el público en la República Argentina.

b) Sean marcas de fábrica o de comercio registradas de buena fe vigentes o cuando los derechos a una marca de fábrica o de comercio se hayan adquirido mediante su uso de buena fe:

b.1. Antes del 1° de enero de 2000;

b.2. Antes de que la indicación geográfica y/o denominación de origen estuviera protegida en el país de origen.

c) Los nombres similares a otros ya inscriptos como denominaciones de origen de productos agrícolas o alimentarios.

d) Los nombres cuyo uso pudiera inducir a error respecto a las cualidades o características del producto de que se trate.

e) La utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, que pueda inducir al público a error en cuanto al origen geográfico.

**ARTICULO 10.** — Sustitúyese el texto del artículo 26 de la Ley N° 25.380, por el siguiente:

Artículo 26: El Estado nacional, por intermedio de la autoridad de aplicación de esta ley, confiere a los usuarios de la indicación geográfica y/o denominación de origen los siguientes derechos: a) Derecho de uso de la indicación geográfica.

b) Derecho de uso de la denominación de origen para productos agrícolas y alimentarios, y del nombre que la identifica; y derecho exclusivo al uso de emblemas, distintivos, siglas, logotipos, marbetes, etc. que hayan sido autorizadas por el organismo competente.

c) Control y garantía de calidad especificada en la denominación de origen registrada por autoridad competente.

**ARTICULO 11.** — Sustitúyese el texto del artículo 27 de la Ley N° 25.380, por el siguiente:

Artículo 27: Queda prohibido el uso de la indicación geográfica y/o denominación de origen:

- a) Para productos agrícolas o alimentarios que no provengan de las áreas geográficas determinadas en su correspondiente registro, y que sean del mismo género.
- b) Como designación comercial de productos similares a los registrados como indicación geográfica o denominación de origen, con el fin de aprovechar la reputación de los mismos.
- c) Cuando implique una indicación falsa o falaz, ardid o engaño, relativo a la procedencia, el origen, la naturaleza o características esenciales de productos que no sean los originarios y protegidos.
- d) Cualquier otra práctica que pueda inducir a error a los consumidores sobre el verdadero origen y/o cualidades diferenciadoras del producto, que implique competencia desleal.

Las prohibiciones anteriores se aplicarán a las indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen utilizadas en el envase, en las etiquetas o en el embalaje, en la publicidad o en los documentos relativos al producto de que se trate.

**ARTICULO 12.** — Incorpórase el siguiente párrafo al artículo 34 de la Ley N° 25.380:

Podrá delegar parcialmente sus funciones en autoridades provinciales, en relación a las indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen cuya área de producción se encuentre en el territorio provincial respectivo.

**ARTICULO 13.** — Sustitúyese el inciso p) del artículo 35 de la Ley N° 25.380 por el siguiente texto:

Incorpórase como nuevo inciso p) del artículo 35, el siguiente texto:

- p) Celebrar convenios con autoridades provinciales y/o municipales, a los efectos del cumplimiento de la presente ley.

**ARTICULO 14.** — Sustitúyese el texto del inciso c) del artículo 37 de la Ley N° 25.380, por el siguiente:

- c) Percepción de aranceles por el registro y la expedición de certificados y demás servicios derivados de la aplicación del sistema.

**ARTICULO 15.** — Incorpórase el siguiente párrafo al inciso d) del artículo 37 de la Ley N° 25.380:

Previo a la venta de los productos decomisados prevista en este inciso, se procederá a eliminar toda referencia a la indicación geográfica, o denominación de origen que hubiera causado la infracción.

**ARTICULO 16.** — Sustitúyese el texto del artículo 38 por el siguiente:

Artículo 38: Créase la COMISION NACIONAL ASESORA DE INDICACIONES GEOGRAFICAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y ALIMENTARIOS, que funcionará como cuerpo consultivo permanente y no vinculado dentro de la estructura orgánica de la Autoridad de Aplicación.

**ARTICULO 17.** — Sustitúyese el texto del inciso c) del artículo 40 por el siguiente:

- c) Verificar el Registro Nacional de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.



**ARTICULO 18.** — Sustitúyese la expresión "Indicación de Procedencia" por "Indicación Geográfica" en los siguientes artículos que se enumeran a continuación:

a) Inciso c) del artículo 40.

b) Primer párrafo e inciso c), del artículo 41.

c) Artículo 42, incisos c) y d).

d) Artículo 43, incisos a) y c).

e) Artículo 35, incisos a), b) y p).

**ARTICULO 19.** — Déjase sin efecto la derogación de los artículos 7° y 8° de la Ley N° 22.802, que efectuara la Ley N° 25.380.

**ARTICULO 20.** — Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS DIECISIETE DIAS DEL MES DE NOVIEMBRE DEL AÑO DOS MIL CUATRO.

— REGISTRADO BAJO EL N° 25.966 —

EDUARDO O. CAMAÑO. — MARCELO A. GUINLE. — Eduardo D. Rollano. — Juan Estrada.

## **MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION**

### **SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTOS**

#### **Resolución N° 202/2006**

Bs. As., 5/5/2006

VISTO el Expediente N° S01:0001031/2006 del Registro de la SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTOS del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, la Ley N° 25.380 y su modificatoria N° 25.966, y

#### **CONSIDERANDO:**

Que mediante la ley N° 25.380 y su modificatoria N° 25.966 se ha creado el régimen legal para la protección y promoción de productos agrícolas y alimentarios que presentan características o cualidades diferenciales en razón de su origen geográfico, incluyendo tanto factores naturales como humanos, fijándose la Autoridad de Aplicación en la SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTOS del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION.

Que mediante el Expediente N° S01:0128416/2005 se tramita el dictado del decreto reglamentario correspondiente.

Que asimismo, en el proyecto se faculta al titular del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION a efectuar las modificaciones organizacionales y presupuestarias necesarias para su ejecución.

Que atento a la existencia de reiteradas consultas y algunas solicitudes formales de inicio del trámite de "solicitud preliminar de adopción de una denominación de origen" conforme los Artículos a 9º de la Ley N° 25.380, y la efectiva vigencia de la norma, se advierte que resulta necesario instrumentar un procedimiento que permita, con carácter transitorio, el trámite de las solicitudes que presenten para el reconocimiento de indicaciones geográficas y denominaciones de origen de productos agrícolas y alimentarios. Ello hasta tanto se creen las estructuras administrativas necesarias para el ejercicio integral de las competencias que la citada ley adjudica a la SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTOS, y se asignen los recursos presupuestarios y técnicos.

Que de acuerdo a la estructura vigente de la SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTOS del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, entre las funciones de Dirección Nacional de Alimentos de la SUBSECRETARIA DE POLITICA AGROPECUARIA Y ALIMENTOS de la mencionada Secretaría, están las de ejecutar programas de promoción de calidad y sanidad de alimentos mediante el incentivo de normas internacionales, como así también el de elaborar proponer normas para el desarrollo y adopción de modelos y sistemas voluntarios que permitan asegurar la calidad y diferenciación de productos, coordinando su accionar con distintos organismos con competencia en la materia

Que la Dirección de Legales del Area de AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTOS dependiente de la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, ha tomado la intervención que le compete.

Que el suscripto es competente para el dictado de la presente medida de acuerdo a las facultades conferidas por los Artículos 34 a 36 de la Ley N° 25.380 modificada por su similar N° 25.966, y Decreto N° 25 del 27 de mayo de 2003, modificado por su similar N° 1359 de fecha 5 de octubre 2004.

Por ello,

**EL SECRETARIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTOS**

RESUELVE:

**ARTICULO 1º** — Instrúyese a la SUBSECRETARIA DE POLITICA AGROPECUARIA Y ALIMENTOS de la SECRETARIA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTOS del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION para que, a través de su Dirección Nacional de Alimentos, se recepcionen las solicitudes de reconocimiento de indicaciones geográficas y denominaciones de origen, conforme la Ley Nº 25.380, y se dé trámite a las mismas.

**ARTICULO 2º** — La citada Subsecretaría por intermedio de la Dirección Nacional de Alimentos, instrumentará las acciones inherentes al trámite de las solicitudes indicadas en el artículo anterior, oportunamente elevará al señor Secretario las actuaciones para su consideración, hasta tanto se dicte el decreto reglamentario de la misma.

**ARTICULO 3º** — Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial archívese. — Ing. Agr. MIGUEL SANTIAGO CAMPOS, Secretario de Agricultura, Ganadería, Pesca Alimentos.

e. 10/5 Nº 512.246 v. 10/5/2006