

# *Animación de procesos colectivos en la construcción de una IG*

Dr. Marcelo Pérez Centeno  
INTA

# Valorización productos con Identidad Territorial es un proceso...

Multidimensional

Social

Político

Económico

Cultural

# Del potencial...

- Producto
- Territorio
- Sociedad
- Reconocimiento
- Mercado



# a la implementación de una IG...

- Actores movilizados
- Consumidores interesados
- Equipo intervención
- Acción colectiva
- Conocimiento
- Confianza



# ¿Cómo activar un producto con identidad territorial?

---

- El equipo de intervención
- El enfoque
- El caso

# Sobre el Equipo de intervención...

- Competencias, habilidades o disciplinas necesarias para
  - Relevar información
  - Movilizar actores
  - Generar conocimiento
- Multidisciplinarios técnicas y sociales
- Local – Externo : Reconocimiento

# Rol del equipo de intervención...

- Animador proceso social
- Proveedor, recuperador, sistematizador, socializador de conocimientos
- Gestor entre instituciones
- Mediador entre actores que están en tensión
  - Asimetrías
  - Disputas de poder
  - Control de la información, del negocio...

# Sobre el enfoque...

- Agronegocios – Desarrollo Territorial
- Metodología investigación - acción
  - ¿Hasta que punto un proceso de diferenciación, de valorización es generador de desarrollo o de exclusión?
  - ¿Quiénes son los beneficiados y cuales los excluidos?
  - ¿Se refuerzan las asimetrías al interior de un sector o bien se logran nuevos equilibrios mas equitativos?
  - ¿Cómo inducir un proceso generador de un proyecto territorial?



# ¿Cuáles son los actores del Territorio?

- Mapa de actores del SIAL – Organizacionales e Institucionales
- Todos los actores que integran la cadena - Ley N° 25380 art. 10
  - Extracción
  - Productores
  - Acondicionadores
  - Transformadores
  - Comercializadores
- Homogeneidad/heterogeneidad

# Rol de los actores...

- En relación a la IG
  - Esenciales
  - Complementarios
  - Estratégicos
- En el tiempo
  - Protagonísticos
  - Expectantes
  - Indiferentes

# Sobre el caso...

- ¿Cuál es el/los producto/s?
- Importancia del producto para los actores (económica, cultural)
- ¿Cuáles son los actores vinculados al producto?
- ¿Cuál es el territorio del producto?
- ¿Cuál es el ámbito pertinente para la acción en un proceso de valorización de un producto?
- ¿Qué umbral de conocimientos o información básica es necesaria para promover un proceso de valorización?


# Los procesos de valorización...

---

- Largos
- Complejos
- Acuerdos
- Equipo intervención estable en el tiempo
- Financiamiento

# El Caso: DO chivito criollo del Norte Neuquino

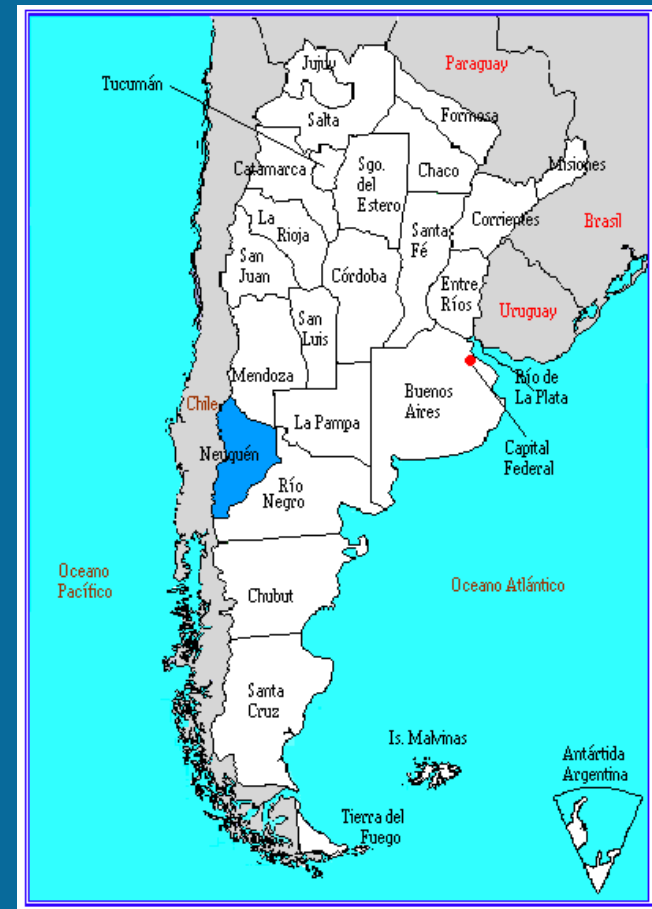




**1° Etapa: Identificación  
Investigación sobre el sistema de  
producción local (1997- 2004)**

**Caracterización de la producción  
caprina del Norte de Neuquén**

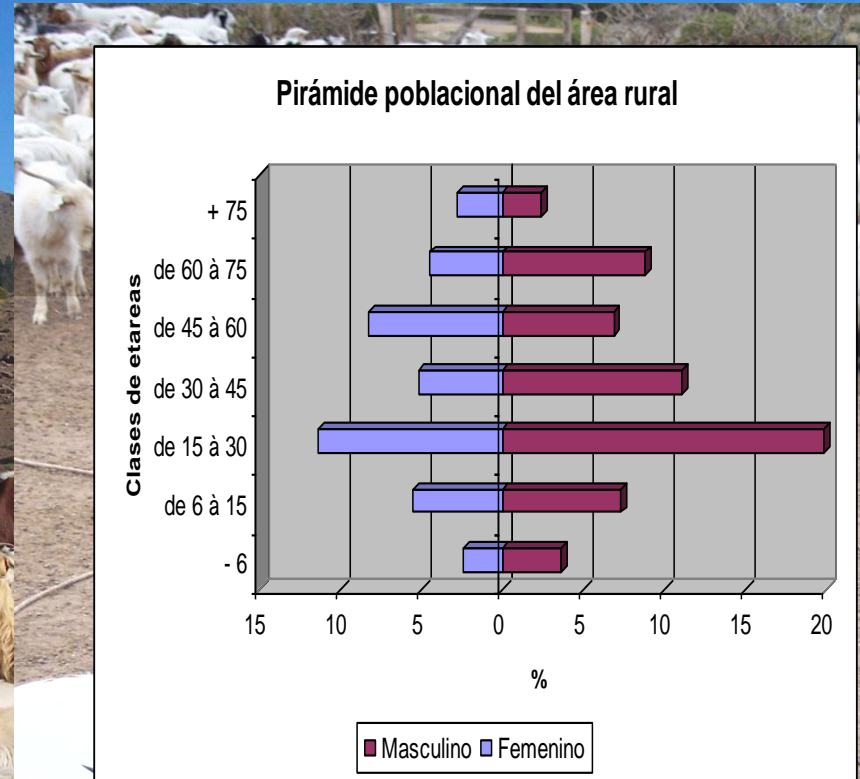
# Localización del área



# Los crianceros

Ganadería extensiva trashumante caprina **Parcialmente integrada al mercado**

- **1200 familias**
- **990 Unidades Productivas**
- **Tierras Fiscales**
- **98% Minifundios**
- **4,2 miembros por UD**
- **Jefe de UD 56 años**
- **357.687 caprinos**



**Economía de subsistencia**

19/08/2004



# VERANADAS

+ 1400 Mts

Diciembre a abril



# INVERNADAS

- 1400 Mts

Abril a Diciembre



# La trashumancia

- Característica de zonas de montaña
- Raíces indígenas



# Productos actuales del sistema tradicional



- Chivitos
- Cueros
- Quesos
- Cashemere



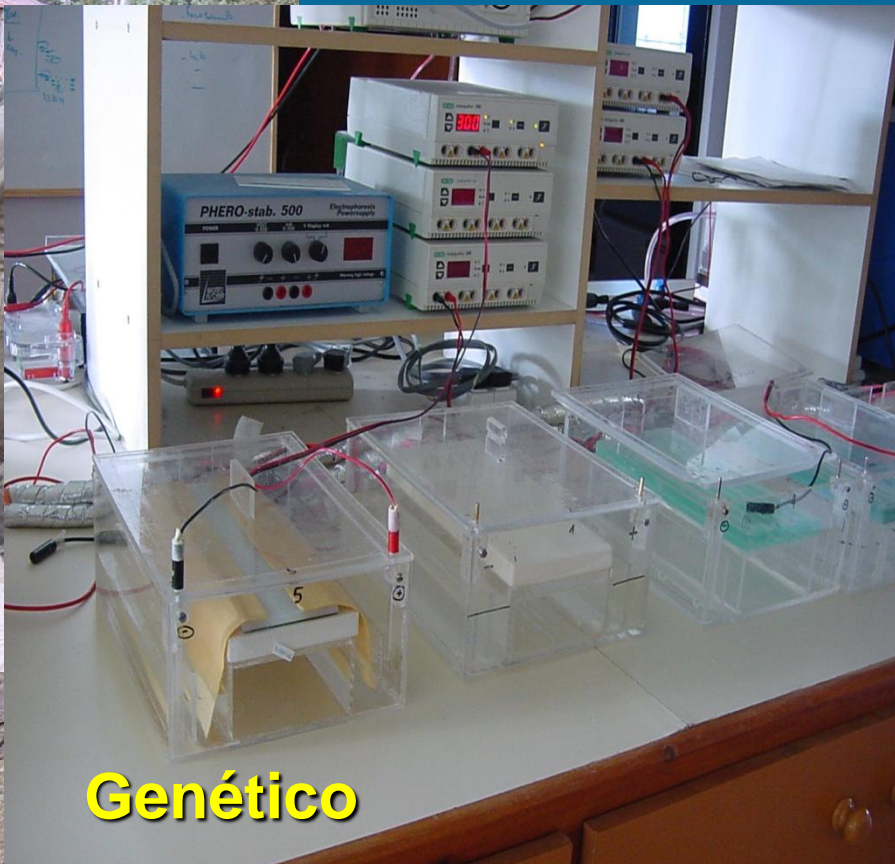




# Evaluación del Recurso Genético Local



Morfológico



Genético

Productivo (Carne, leche, fibra)

Reproductivo

# 2º Etapa: Calificación

## Construcción del Protocolo y la Organización (2004-2007)

CONSTRUCCIÓN DEL MARCO TECNOLÓGICO Y ORGANIZATIVO DE LA  
DENOMINACIÓN DE ORIGEN DE LA CARNE CAPRINA NEUQUINA



Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación  
Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria



Municipalidad de Chos Malal  
Provincia del Neuquén

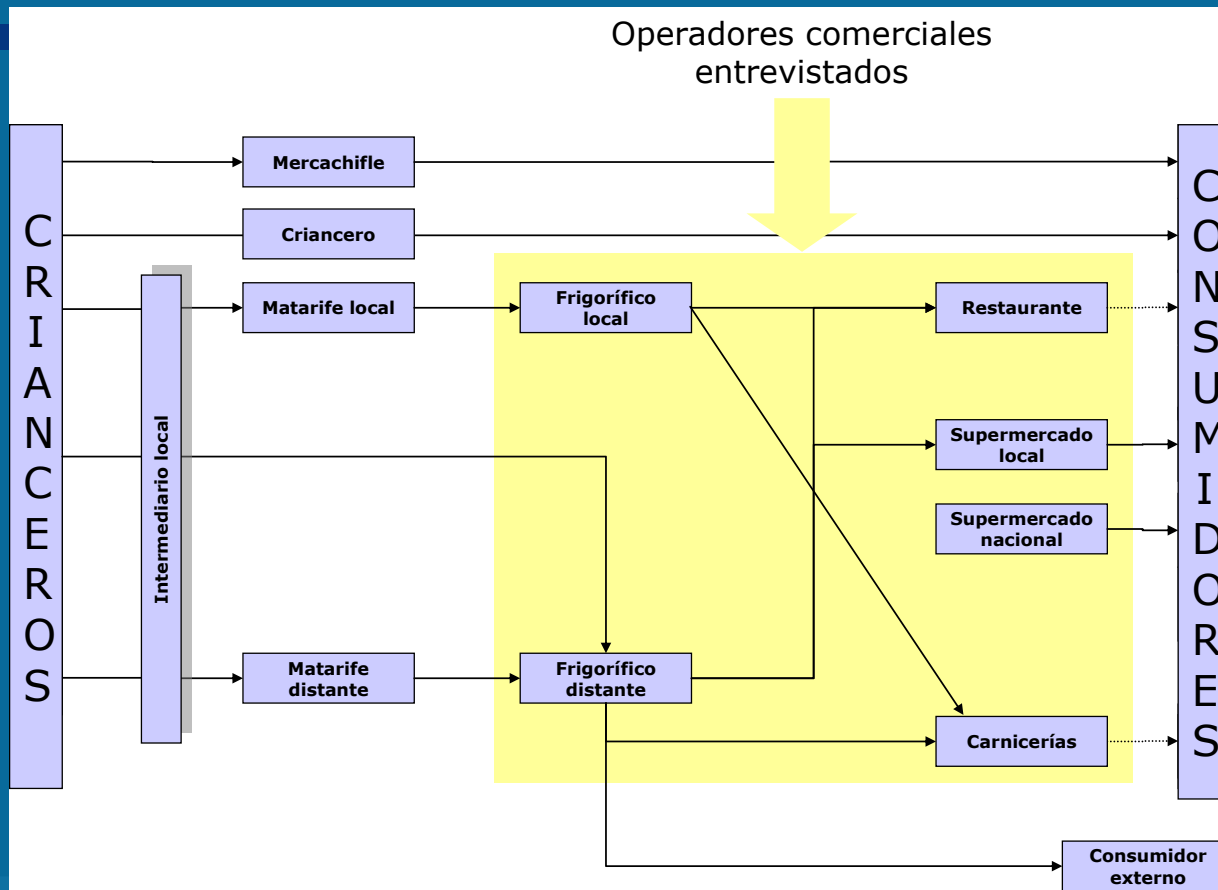
Instituto Nacional de  
Tecnología Agropecuaria





# Investigación:

## Estudio de mercado y análisis del agregado de valor



# Investigación:

Calidad de la carne: Caracterización y tipificación de las reses caprinas



# Denominación de Origen: Chivito criollo neuquino

## Regulador de la D.O. Construcción del Protocolo



ser  
co

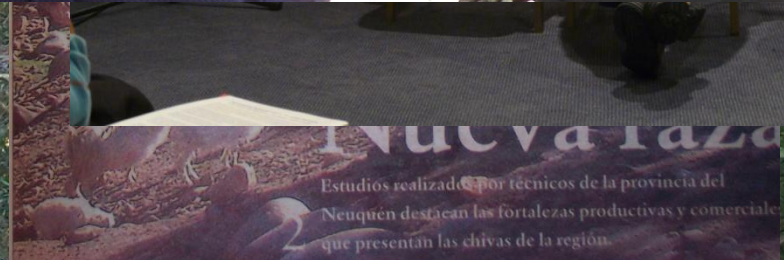


# 2º Etapa: Calificación

- Incorporación de la sociedad local: Escuela
  - Concurso del Logo, Videos en la escuela, Feria de Ciencias, Capacitación para docentes.  
Incorporación temática en currícula escolar.
- Incorporación de las instituciones políticas:
  - Municipalidades, legisladores provinciales.  
Ministerio de Producción
  - Senadores nacionales, MAGyP.

# 2º Etapa: Calificación

## Estrategia comunicacional



# Producto...



CONSEJO  
REGULADOR DE LA  
DENOMINACION DE  
ORIGEN

Asociación Civil  
Pers. Jurid. N° 446/06

- Primera solicitud de DO en Argentina
- Marca registrada
- Protocolo participativo construido
- Consejo de DO creado
- Consejo Asesor en funcionamiento
- Instalación de la propuesta en la sociedad

# 3° Etapa: Remuneración

## Comercialización con Marca e Implementación del protocolo de la DO (2008 -2011) Consejo Regulador



# 3° Etapa: Remuneración

## Implementación de la Denominación de Origen (2008 -2011) Consejo Regulador

### ■ Gestiones ante

- MAGyP: Obtención de la DO.
- Provincia: Implementación de incentivo calidad certificada – Prefinanciación comercial.
- Mesa Nacional Caprina y UEP Ley Caprina de Neuquén.



# Producto...



CONSEJO  
REGULADOR DE LA  
DENOMINACION DE  
ORIGEN

Asociación Civil  
Pers. Jurid. N° 446/06

- Comercialización con Marca Registrada
- Protocolo DO implementado
- Consejo Regulador reconocido
- 1° DO Chivito criollo del norte neuquino - diciembre 2010
- La DO como proyecto territorial

Muchas gracias...

