

Of. H. 12223 Santiago  
J 11

44544

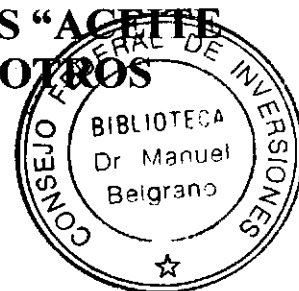
**MINISTERIO DE PRODUCCION Y DESARROLLO DEL  
GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CATAMARCA**

**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES  
-CFI-**

**CONSOLIDACION DE LA ESTRATEGIA  
ALIMENTARIA DE LAS DENOMINACIONES DE  
ORIGEN PROVINCIAL  
(II PARTE)**

- ✓ **ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD-ORIGEN DEL  
SISTEMA "ACEITE DE OLIVA DE CATAMARCA"**
- ✓ **CAPACITACION EN DENOMINACIONES DE  
ORIGEN Y CALIDAD EN LOS SISTEMAS "ACEITE  
DE OLIVA, VINOS Y PIMENTON" Y OTROS  
PRODUCTOS**

*(INFORME FINAL)*



**ING. AGR. MARIA INES JATIB  
DIRECTORA DE PROYECTO**

DICIEMBRE 2003  
BUENOS AIRES - ARGENTINA

## **CONTENIDO**

### **1. INTRODUCCION**

### **2. AVANCES Y LOGROS EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE DO EN ACEITE DE OLIVA**

- 2.1. ASPECTOS INSTITUCIONALES**
- 2.2. ASPECTOS ORGANIZACIONALES**
- 2.3. ASPECTOS TECNOLOGICOS**

### **3- JORNADA DE CALIDAD**

- 3.1. JORNADA DE CAPACITACION**
- 3.2. CONCLUSIONES DE LA JORNADA**

### **4. CONCLUSIONES GENERALES**

### **5. BIBLIOGRAFIA**

### **6. ANEXOS:**

- I. CONFERENCIA SOBRE ESTRATEGIA DE DO Y ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD**
- II. ACTA COMPROMISO DEL GOBIERNO HACIA EL SECTOR OLIVICOLA**
- III. PROYECTO DE LEY PROVINCIAL MODIFICACION**
- IV. PROGRAMA JORNADA 20 DE NOVIEMBRE.**
- V. PRESENTACIONES EN LA JORNADA**
- VI. PLANILLAS DE ASISTENTES**
- VII. MATERIAL TALLER DE TRABAJO**
- VIII. CONCLUSIONES DEL TALLER**
- IX. INSTRUCTIVO PARA AUDITORES FINCA MODIFICADO**
- X. INSTRUCTIVO PARA AUDITORES INDUSTRIA MODIFICADO**
- XI. LISTA DE CHEQUEO AUDITORIA FINCA –Buenas Practicas Agrícolas –**
- XII. LISTA DE CHEQUEO AUDITORIA INDUSTRIA –Buenas Practicas de Manufactura**
- XIII. INFORME TECNICO LOCAL**
- XIV. ARTICULOS MEDIOS PERIODISTICOS.**
- XV. REGISTROS MODIFICADOS DE FINCA E INDUSTRIA**

## 1- Introducción

La Estrategia Alimentaria de las DO, se hace posible, como en todos los Agronegocios de Especialidades, siempre que los aspectos institucionales, organizacionales y tecnológicos faciliten un escenario estable, de modo de asegurar el éxito de la implantación de las mismas.

En el desarrollo de la propuesta "Consolidación de la Estrategia Alimentaria de las DO Provincial –II parte-, se propuso como objetivo asegurar la sustentabilidad de la DO Aceite de Oliva de Catamarca iniciada en Proyectos previos<sup>1</sup>, que se fueron concretando por decisión del Ministerio de Producción y Desarrollo de la Provincia de Catamarca, y el financiamiento del CFI, con asesoramiento técnico del equipo de la FA UBA – Programa Agronegocios.

En dichas propuestas, se fueron cumpliendo los objetivos institucionales, organizacionales y tecnológicos, en distinto grado acorde con las posibilidades del momento. Así es como en lo institucional, se requiere contar con un escenario estable y de apoyo al desarrollo de la Estrategia que se brinda a través de la decisión política acompañada con la sanción de la Ley provincial de DO, tratando de dar seguridad jurídica al menos en el ámbito provincial debido a que la ausencia del decreto reglamentario de la Ley Nacional 25380/00 impide la creación de un Registro y el cumplimiento de las funciones del Estado Nacional en este sentido. Basada en dicha premisa, se requiere que la provincia acompañe el proceso de apoyo a la DO provincial con la sanción de una ley provincial. Así es que se presentó un Proyecto de Ley provincial en la primera propuesta<sup>2</sup>, y esta aun se encuentra en discusión en la Legislatura provincial, existiendo el apoyo concreto y la decisión del Poder Ejecutivo provincial de seguir adelante con la misma.

En lo que hace a lo organizacional: un grupo de productores se constituyó en el Consejo de Promoción de la DO "Aceite de Oliva extra virgen de Catamarca", con 36 representantes de fincas y 6 industrias –integrados verticalmente- y se encuentran gestionando la personería jurídica, para que a través de su Estatuto y Reglamento de Funcionamiento, puedan ejercer sus funciones y competencias. Asimismo, en febrero del 2002 se renovó el Consejo provisorio constituyéndose en el Consejo Definitivo, nombrando una nueva Comisión, que es la que aun se encuentra en vigencia. Este Consejo es el responsable del desarrollo de los aspectos técnicos con el derecho que le confiere la representación de todos los productores registrados y que forman parte de la DO "Aceite de Oliva Extra Virgen de Catamarca".

El resultado del trabajo de casi 4 años en el desarrollo de la estrategia de DO en Aceite de Oliva, es la conformación del Consejo de DO, constituido por 36 asociados productores, pequeños, medianos y grandes, (32 cuentan con mas de 400 has. de cultivo que es la unidad rentable básica), y cuatro aceiteras, entre las que se encuentran tres grandes: Promet SA, La Bonita SA, y Aceitera del valle, con una capacidad de molienda de 100 ton diarias. Este emprendimiento involucra fundamentalmente al Valle Central de Catamarca, el Valle de Poman y Tinogasta. Un total de casi 19.500 hectáreas (representando el 70% de la producción provincial actual), con 25 millones de kilos de aceitunas y 3 millones de kilos de aceite de oliva.

En cuanto a los aspectos tecnológicos, y en el caso particular de la DO Aceite de Oliva, se propuso y discutió en el Consejo con la participación activa de sus miembros - interesados directos -, el Manual de Buenas Practicas Agrícolas, y el Protocolo de Calidad para la tipificación de los atributos del producto, con el aporte de los estudios e investigaciones realizadas por el INTA local<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> CONSEJO DE LA DO Y PROMOCION COMERCIAL. PRODUCTOS REGIONALES CATAMARQUEÑOS. FA UBA – Diciembre 2001 – INFORME FINAL.

<sup>2</sup> Ídem anterior

<sup>3</sup> CONSOLIDACION DE LA ESTRATEGIA ALIMENTARIA PROVINCIAL DE DENOMINACION DE ORIGEN. ACEITE DE OLIVA DE CATAMARCA. FAUBA Mayo 2003. Informe Final

En lo tecnológico, el objetivo fue establecer los estándares de calidad de producto y proceso en la cadena del Aceite de Oliva, que se encuentra en estudio, dado que el aceite de oliva de Catamarca no reúne los parámetros establecidos de contenido de ácido oleico para ser considerado aceite de oliva según el Código Alimentario Argentino. En este sentido, el INTA y la Universidad de Catamarca en conjunción con el gobierno de la provincia y los productores están trabajando e investigando dichas determinaciones, así como el gobierno de la provincia y los productores participan del Foro del Sector Olivícola a nivel nacional, proponiendo entre otras cosas, introducir las modificaciones necesarias al CAA, para que el aceite de oliva con estas características sea considerado como tal.

Para esta última etapa del Proyecto realizado en los años 2002 y 2003, se trabajó en el diseño y desarrollo del sistema de Auditorias, organización del registro de auditores, requerimientos que los mismos deben reunir, nivel de entrenamiento, habilitación y acreditación, tipo de auditorias, metodología de certificación –propia o tercerizada. Si bien se han planteado y discutido con el Consejo, las posibles alternativas para la implementación del sistema, la decisión de la elección del sistema que se adapte más a la propia organización queda pendiente a la decisión que tomen los integrantes del Consejo y a la demanda del cliente, tanto nacional e internacional.

La consolidación de la estrategia alimentaria de la DO Aceite de Oliva de Catamarca a través del seguimiento y monitoreo de lo implementado en etapas anteriores, requirió además de esta segunda etapa, con el propósito de finalizar las actividades iniciadas de seguimiento y monitoreo con desarrollo de los aspectos tecnológicos: Manual de BPM, BPA, desarrollo del sistema de Auditorias, Lista de Chequeo -BPA y BPM - de Auditorias, instructivos y visitas a los campos e industrias para medir la efectividad del sistema tanto de auditorias como de recolección de información que se podrá utilizar a los fines de la trazabilidad.

La realidad, es que actualmente, el mercado no está demandando específicamente sistemas de calidad certificados, aunque se estima que en el corto plazo se convertirá en una exigencia, al menos para los mercados internacionales – de hecho la trazabilidad para asegurar el origen es ya un requerimiento muy buscado para asegurar a los consumidores internacionales de donde viene el producto y cual ha sido el proceso de elaboración.

La ausencia de un sistema de aseguramiento de la calidad, debe ser una preocupación del sector privado y promovida por el sector público, en tal sentido, la Jornada de Capacitación que se propuso pretendió dejar el tema planteado para que los involucrados del sector tomen conocimiento de las distintas alternativas existentes en el mercado y puedan elegir la que consideren más adecuada a sus producciones e industrias, y satisfagan los requerimientos del cliente.

Por otra parte, constituyó otro objetivo importante en la propuesta “CONSEJO DE LA DO Y PROMOCION COMERCIAL. PRODUCTOS REGIONALES CATAMARQUEÑOS. FA UBA – Diciembre 2001 – INFORME FINAL - la identificación de sectores susceptibles de desarrollar esta estrategia -ya sea de las DO/ IG- o alguna otra forma de protección legal y seguridad jurídica como las marcas, con implantación de sistemas de calidad para la mejor comercialización de los productos en otras cadenas, detectándose a través de sucesivos seminarios de difusión y capacitación, dos cadenas o sectores potenciales: “Vinos y Pimentón de los Valles Calchaquíes” como se determinó en “CONSOLIDACION DE LA ESTRATEGIA ALIMENTARIA PROVINCIAL DE DENOMINACION DE ORIGEN. ACEITE DE OLIVA DE CATAMARCA. FAUBA Diciembre 2003.

Como parte de la Jornada de Capacitación, focalizada en la necesidad de implantar sistemas de calidad, de procesos y de productos, no solo a nivel del sector de Aceite de Oliva sino de todos los sectores interesados, así como a todos los niveles, aunque fundamentalmente dirigida al sector empresario, productivo y técnicos del sector público y privado, se planteó y discutió entre

los sectores asistentes las posibilidades de desarrollo de la DO/IG, cuyas conclusiones forman parte de este documento.

El presente Informe Final contiene los siguientes Anexos:

I-CONFERENCIA SOBRE ESTRATEGIA DE DO Y ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD. Desarrollada el 20 de Noviembre de 2003. En el Hotel de Turismo y organizada por el Mrio. De la Producción del Gob. de la Provincia de Catamarca y el Consejo Federal de Inversiones.

II- ACTA COMPROMISO: Copia del Acta firmada por los representantes del Sector Olivícola y del sector publico: Gobernador y otras instituciones durante el desarrollo de la Jornada "ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DEL SECTOR OLIVICOLA DE LA PROVINCIA DE CATAMARCA" del 15/10/2003 en la Casa de Gobierno, organizada por el gobierno de la provincia -Ministerio de la Producción- .

III- PROYECTO DE LEY PROVINCIAL MODIFICACION: El proyecto de Ley que se adjunta tiene modificaciones propuestas por el Poder Ejecutivo durante el año 2003.

IV- PROGRAMA JORNADA-CONFERENCIA SOBRE ESTRATEGIA DE DO Y ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD -20 DE NOVIEMBRE 2003: Debido a los cambios realizados previo a la Jornada se acompaña versión última.

V- PRESENTACIONES EN LA JORNADA: Las presentaciones realizadas en el tema de Denominaciones de Origen y Sistemas de Calidad – Ing. Maria Inés Jatib y en el de Marketing: Ing. Graciela González, se adjuntan a este documento. Las mismas constituyen una síntesis de lo presentado en la Jornada.

VI- PLANILLAS DE ASISTENTES: Fotocopia de la lista de asistentes a la Jornada, a quienes además se les entregó Certificado de Asistencia. ~

VII- MATERIAL TALLER DE TRABAJO: Fotocopia del material –artículos de diarios y revistas masivas y especializadas, vinculadas al tema de Denominaciones de Origen. En el taller de trabajo se leyeron los artículos y se les dio una consigna vinculada a conocer la opinión de los participantes en el tema de DO,y el desarrollo de las mismas en la provincia para diferentes productos.

VIII- CONCLUSIONES DEL TALLER: Guía de trabajo entregada a los asistentes y conclusiones escritas de los mismos.

IX- INSTRUCTIVO PARA AUDITORES FINCA MODIFICADO: Modificación realizada por el Consejo en Gabinete y a Campo al modelo propuesto por el equipo consultor y redactado en gabinete, generado a partir de la visita a fincas, con el objeto que las mismas faciliten la comprensión del Instructivo que recibirá el que se postule para ser Auditor después de realizar el curso de Auditores que organice el Consejo de DO.

**X- INSTRUCTIVO PARA AUDITORES INDUSTRIA MODIFICADO:** Modificación realizada por el Consejo en Gabinete y a Campo al modelo presentado por el equipo consultor que fuera redactado en gabinete y modificado luego de la visita a industrias. El objeto de la modificación es facilitar la comprensión del Auditor quien realizara la Auditoria siguiendo las instrucciones indicadas en este documento.

**XI- LISTA DE CHEQUEO AUDITORIA FINCA –BPA –** Check-list realizada por el equipo consultor para la auditoria de Buenas Practicas Agrícolas basado en el Manual de BPA – modelo y aprobada por el Consejo sin modificación.

**XII- LISTA DE CHEQUEO AUDITORIA INDUSTRIA –BPM-:** Check-list realizada por el equipo consultor para la auditoria de Buenas Practicas de Manufactura basado en el Manual de BPM – modelo e incorporada la Resolución de FAO y aprobada por el Consejo de DO sin modificaciones.

**XIII- INFORME TECNICO LOCAL:** Tareas realizadas por el técnico local vinculadas al proyecto

**XIV- ARTICULOS MEDIOS PERIODISTICOS:** Publicaciones en medios nacionales y locales sobre lo realizado en la provincia de Catamarca y en el tema de DENOMINACIONES DE ORIGEN

**XV- REGISTROS Y PLANILLAS DE CAMPO E INDUSTRIA MODIFICADOS:** Las planillas y registros de fincas e industrias fueron modificados y discutidos con el Consejo con el objeto de definir y agregar información no prevista en el modelo ni en el documento modificado resultante.

## **2- Avances y Logros en la Implementación de la Estrategia de DO Aceite de Oliva**

La implementación de la ESTRATEGIA ALIMENTARIA DE LAS DO PROVINCIAL –II PARTE- se focalizó en los aspectos tecnológicos ya establecidos y aun en discusión del Protocolo de Calidad, y en el seguimiento y monitoreo a través del diseño y desarrollo de los modelos de Lista de Chequeó, BPA y BPM, para la Auditoria –Finca e Industria (Anexos XI y XII), los Instructivos para Auditores –guía para llevar adelante las auditorias BPA y BPM (Anexos IX y X) modelos que fueron presentados al Consejo y luego discutidos por sus integrantes productores y elaboradores, con el objeto de introducir mejoras a los mismos, además de realizar “in situ” auditorias para probar la eficacia de dichos modelos que consecuentemente fueron modificados (Anexos XI y XII).

En cuanto a los avances y logros de la implementación de la estrategia de DO se analizan desde lo institucional, organizacional y tecnológico.

### **2.1. Aspectos Institucionales**

Desde lo institucional se requieren una serie de intervenciones desde las Instituciones para facilitar el desarrollo de las DO, y teniendo en cuenta que la protección legal es una de las premisas esenciales de la diferenciación de los productos bajo esta estrategia, por lo que la legislación juega un rol fundamental en la seguridad jurídica requerida por los productores.

Desde que se inició la propuesta CONSEJO DE LA DO Y PROMOCION COMERCIAL. PRODUCTOS REGIONALES CATAMARQUEÑOS - FA UBA – Diciembre 2001 – se presentó un modelo de Proyecto de Ley de DO provincial que sufrió modificaciones, llegando al año 2003 sin haber sido sancionada.

En este sentido, se mantuvieron reuniones con el Senado Provincial - Senador Jalile-, en las que se comentaron las diferencias entre la propuesta provincial y la Legislación nacional existente, (Ley Nacional de DO para los Productos Agroalimentarios: N° 25380/00), básicamente en lo vinculado con la propiedad de las DO –nacional vs provincial-. Para entender la situación, se plantea como ejemplo el caso de los productos de los Valles Calchaquíes que abarcarían regiones de tres provincias diferentes (Catamarca, Salta y Tucumán), requiriendo indefectiblemente la intervención de la Nación, ya sea para el registro a nivel nacional e internacional, como para la resolución de conflictos. Por su parte, en el Poder Ejecutivo Provincial –Ministerio de la Producción-, se mantuvieron reuniones y se intercambiaron opiniones, con el responsable del Departamento Legal, para identificar las causas de la demora en la sanción de la Ley provincial, encontrándose que la misma sigue en estudio en la Honorable Cámara de Senadores de la provincia, por las cuestiones antes mencionadas.

El proyecto de Ley (Anexo III), presenta modificaciones propuestas por el Poder Ejecutivo en el que se han incluido las actualizaciones de la OMC y se sigue manteniendo la propiedad por la provincia. En este sentido se propuso la eliminación de dicho artículo por oponerse a la Ley 25380 / 2000 debido a la contradicción que plantea en Art. 30, en cuanto a adherir a la ley Nacional.

El gobierno de la provincia a través del Ministerio de Producción y Desarrollo organizó una reunión que contó con la participación de los integrantes del Sector Olivícola con el objeto de plantear las actividades de apoyo desde lo institucional al Sector durante sus años de gobierno.

Esta reunión concluyó con la firma del Acta de Compromiso –Anexo II- que se llevo adelante en el Salón de Acuerdo, de la Casa de Gobierno, y contó con la presencia del Gobernador, el Consejo Olivícola Argentino, INTA, y otros organismos presentes, con el objeto de asegurar la

continuidad de los proyectos iniciados. En dicha reunión se presentaron todos los proyectos que la provincia viene llevando adelante –orgánicos, DO y otros temas.

Con el objeto de fortalecer el entorno institucional, se acepto la invitación del Decano de la Facultad de Agronomía -Universidad de Catamarca-, a dar una conferencia vinculada a la temática de las DO, y de Aseguramiento de la Calidad, que contó con la presencia de docentes, alumnos e investigadores que busca facilitar la comprensión de la temática y promover la realización de actividades de apoyo al sector productivo de la provincia.

A continuación se realizó una reunión con el grupo docente involucrado en un Programa de Calidad que esta tratando de aunar los esfuerzos y eficientizar el presupuesto universitario con el objeto de ofrecer servicios adecuados a los sectores agroalimentarios de la provincia de Catamarca.

## **2.2. Aspectos Organizacionales**

Dado los avances realizados en este aspecto, y siendo el Consejo de DO Aceite de Oliva el que se constituyera en forma definitiva –febrero 2003- se discutió la situación actual del Consejo y el nivel de participación de los beneficiarios que lo integran.

El Presidente del Consejo de Promoción -Ing. Juan Manual Villa- comentó la situación actual de la Organización, reconociendo que dada la coyuntura del mercado de aceite de oliva -con precios que varían entre 2.000 y 2.500 U\$S / ton, 3.500 U\$S aceite de oliva orgánico - los integrantes no tuvieron oportunidad de trabajar en el tema de la calidad y de la DO del producto, sino que decidieron avanzar en forma más lenta. Aun así, todos están convencidos de la necesidad de la DO, encontrándose el Consejo integrado por 35<sup>4</sup> empresas que representan el 70% de la producción provincial.

## **2.3. Aspectos Tecnológicos**

La objetividad y la transparencia de las auditorias fueron la premisa que determinó la modalidad del diseño del sistema de auditorias en la producción olivícola. Si bien se plantea al inicio un sistema de Auto-Certificación, las auditorias serian cruzadas, lo cual facilitaría auditorias objetivas y transparentes. El modelo Auto-Certificación tiene antecedentes en un caso piloto desarrollado, tal el de Terneros Pampa del Salado, en el Sistema de Gestión de la Calidad –ISO 9001/2000 -Auditorias Internas- y en de Aseguramiento de la Calidad –HACCP-. Si bien en estos dos últimos casos, a estas auditorias les siguen la de Pre-certificación que son auditorias externas. Tanto para el caso Terneros como para Aceite de Oliva, es posible también que se realicen Auditorias de Terceras Partes para la Certificación, en caso que estas fueran requeridas por el cliente.

En el tema selección de Auditores la propuesta del Consejo es seleccionarlos entre los técnicos de las plantas procesadoras y otros técnicos de fincas, quienes debieran recibir capacitación y entrenamiento en Auditorias, y ser habilitados por el Consejo y estar registrados en el Registro que se cree a tal efecto.

Se realizaron en una serie de reuniones con el Consejo la presentación de los modelos de Lista de Chequeo -BPA Finca y BPM Industria- y registros de Auditoria –finca e industria- y de los

---

<sup>4 4</sup> CONSOLIDACION DE LA ESTRATEGIA ALIMENTARIA PROVINCIAL DE DENOMINACION DE ORIGEN. ACEITE DE OLIVA DE CATAMARCA. FAUBA Mayo 2003. INFORME FINAL



instructivos para auditores, y sus correcciones, y se organizaron las visitas de auditoria “in situ” para medir la funcionalidad de las Lista de Chequeo -BPA Finca y BPM Industria- e Instructivos, así como realizar las correcciones y modificaciones de las mismas.

Los modelos de Lista de Chequeo de Auditorias -BPA y BPM- para finca e industria, presentadas oportunamente al Consejo para su análisis y puesta a prueba, fueron probadas en visitas realizadas a fincas localizadas en la zona oeste de la provincia de Catamarca – Valle de Poman, por el Consejo y el equipo consultor.

Consecuentemente, dichas Listas Chequeos para Auditorias fueron modificadas y mejoradas, así como los Instructivos para el Auditor, introduciéndose cambios sugeridos por los técnicos en base a su conocimiento y experiencia (Anexos XI y XII).

Para el trabajo de campo se visitó entre otras la finca- Vivero – Industria: “**Olivares del Sol**”, Valle de Poman, atendidos por el Sr. Oscar Elsezar encargado del vivero, incluyendo la parte industrial. Explicó todo el proceso, desde la compra de los plantines y clonación de los mismos –traídos de España- hasta el envasado del aceite de oliva y carga a granel. En la misma se pudo comprobar que las Lista de Chequeo -BPA Finca y BPM Industria- e Instructivos debían ser modificadas y simplificadas – se adjuntan al presente informe – y que era factible utilizar las Lista de Chequeo -BPA Finca y BPM Industria- e Instructivos o check-list similares a los que se usan en otras industrias.

En **Olivares del Sol**, se audita también la parte de industria localizada en la misma finca, realizándose chequeos y monitoreo de las Lista de Chequeo -BPA Finca y BPM Industria- e Instructivos de auditorias de fincas e industrias. Se detecta que dado el nivel de las instalaciones y por ser nuevas, las BPM son de fácil implementación, debiendo corregirse detalles y sobre todo escribir los procedimientos, de POE (procedimiento Operativo estandarizado) y POES (Procedimientos Operativos Estandarizados de Sanitización).

**Olivares del Sol**, es un caso de integración vertical entre la producción y la industria, en la que durante la auditoria de prueba se observo que se esta implantando el Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001/2000. No se pudo determinar con exactitud si el flujo del producto y del personal respetara el cumplimiento de las BPM, en el sentido de evitar la contaminación cruzada. No esta previsto, por ahora, el fraccionamiento disponiendo de depósitos para el almacenamiento en los que se podrá mantener el producto por un tiempo determinado.

Por la tarde se visitó la finca **Puerta Grande** -Valle de Poman – Zona Oeste- acompañados por el representante Ing. Juan Manuel Villa –Pte. del Consejo de DO- recorriendo las instalaciones de la finca y las plantaciones. Allí se observaron las inversiones realizadas y se comprobó la utilidad y practicidad de las Lista de Chequeo -BPA Finca y BPM Industria- e Instructivos elaboradas en talleres de gabinete.

Por otra parte, se comprobó en el campo y la industria que es factible desarrollar el sistema de trazabilidad dado que el producto puede venir identificado y clasificado desde el campo. Al menos, algunas industrias podrán hacerlo, teniendo en cuenta que compran a productores que tienen identificados los plantines adquiridos en viveros.

### **3- Jornada de Calidad sobre la Estrategia de DO y el Desarrollo de Sistemas de Aseguramiento de la Calidad**

La capacitación se propuso como una Jornada completa dirigida a los involucrados en el sistema de aceite y de la cadena de vino y pimentón y otros sectores interesados, a nivel empresario y técnico, del sector privado como público (SENASA, INTA, GOB. PROVINCIAL, MUNICIPIOS, etc.). El objetivo de la Jornada era difundir la existencia de distintas estrategias de diferenciación y capacitar sobre los sistemas de aseguramiento de la calidad, además de considerar particularmente los beneficios derivados de la propuesta de la Estrategia de DO, así como las dificultades y amenazas que se encuentran al avanzar en el proceso de implementación.

Para ellos se realizaron primero una serie de exposiciones conceptuales a cargo de la Ing. María Inés Jatib sobre Marcas y Propiedad Intelectual, Estrategia de la DO e IG y Sistemas de Aseguramiento de la Calidad (BPA, BPM, HACCP e ISO) y de la Ing. Graciela González sobre Estrategias de Marketing y el Caso Aceite de Oliva. (Anexo V).

Para trabajar específicamente sobre los beneficios, dificultades y amenazas para avanzar en el proceso de Implementación de DO se realizó un Taller al final de la Jornada.

En el programa estaba prevista la participación y exposición por parte de un representante productor de la DO Cordero Patagónico de Santa Cruz -Ing. Carlos Milicevic, quien aportaría la experiencia de Estancias de Patagonia, quien finalmente no pudo asistir.

Estuvieron presentes representantes del gobierno de la Provincia, Ing. Macaroff y Lic. Daniel Castillo y del CFI represento al mismo la Lic. Ana Gutman, quienes aportaron sus opiniones sobre el tema de DO y de desarrollo de sistemas de calidad, potencialidad, oportunidades tanto para el sector olivícola como de los demás sectores presentes.

De los sectores productivos de la provincia estuvieron representados el olivícola, pimenteros, apícola, de aceite de nuez, vitivinícola, hortícola, de viveros, cabritero, y artesanal. (Anexo VI)

Participaron aproximadamente unas 50 personas –inscriptos 66 personas- del sector público y privado, y estuvieron representadas todas las instituciones que se habían invitado. Cabe mencionar, que la UNCA esta tomando protagonismo en el tema de Calidad y DO, dado que están muy interesados en la capacitación de sus profesores y alumnos en el tema.

#### **3.1. Conclusión de la Jornada**

Como parte del Seminario se realizó un taller de trabajo en el que se les entregó fotocopias de artículos de diarios vinculados a la temática de las DO, con el objeto de obtener la opinión de los asistentes, en la temática de DO/ IG (Anexo VII). Las conclusiones por grupo del taller son los que se transcriben:

##### **Grupo I**

Los productos que podrían diferenciarse bajo la estrategia de las DO son los siguientes:

- a. Aguardiente de Poman
- b. Pimentón de los Valles
- c. Aceite de Oliva
- d. Nuez
- e. Vinos
- f. Aromáticas (Comino, Anís, otros)
- g. Dulces y Confituras Regionales

- h. Pasas y Frutas Secas
- i. Uva de Mesa
- j. Si se consideran artesanías deberían incluirse tejidos y cerámicas

En cuanto a las dificultades que se encuentran son:

- 1. Legales
- 2. Ilegalidad en la producción de aguardientes
- 3. Escasa practica asociativa de los productos
- 4. Falta de conocimiento de DO
- 5. Falta de capacitación, asistencia y seguimiento
- 6. Falta de volumen de algunas producciones
- 7. Existencia de minifundios
- 8. Falta de compromiso de la sociedad

Las ventajas y oportunidades son:

- 1. el renombre y reconocimiento del origen del producto/s (caso pimentón)
- 2. producciones de alta calidad –aceite de oliva-
- 3. reconocimiento por parte de un segmento de consumidores de las DO.

## **Grupo II**

Los productos que podrían diferenciarse bajo la estrategia de las DO son los siguientes:

- 1. cabritos
- 2. miel con DO
- 3. Aceite de Oliva con DO
- 4. nueces con DO
- 5. pimentón
- 6. Vinos con DO
- 7. Anís y Comino pimentón orégano (Aromáticas ) Indicaciones Geográficas
- 8. Citrus con DO
- 9. Dulces Regionales

Dificultades:

- 1. delimitación de las zonas geográficas
- 2. caracterización climática
- 3. otras regiones que explotan productos de origen catamarqueño
- 4. individualismo del productor

Ventajas

- 1. Existe un abanico de productos que pueden diferenciarse y agregar valor
- 2. estas requieren ser consideradas prioritarias por el desarrollo regional y zonal.

## **Grupo III**

Potenciales DO o IG en la provincia:

- 1. Aceite de Oliva
- 2. Queso de Cabra
- 3. Especies
- 4. Artesanías –incluso alfombras – tejidos artesanales lana, vicuña y llamas.
- 5. Vinos
- 6. piedras

Dificultades:

- 1. capacitación y aprendizaje de recursos humanos
- 2. cambios de actitud

3. diseño de políticas adecuadas
4. difusión y promoción
5. recursos materiales: financiamiento

**Oportunidades:**

1. posibilidad de alcanzar mejoras de tipo socio-economicas a nivel provincial
2. satisfacer mercados exigentes
3. diferenciar el producto y agregar valor a través de la DO y sistemas de calidad
4. diferenciar el producto de otros orígenes
5. tener sentido de pertenencia
6. identificar el producto para el cliente

**Grupo IV**

**Productos**

1. pimiento para pimentón de Santa María
2. Aceite de Oliva (Valle Central)
3. Vinos (Tinogasta y Fiambala)

**Dificultades:**

- 1- falta de apoyo del gobierno local y nacional
- 2- falta de técnicos especializados
- 3- cultura cerrada y limitada por parte de los productores ante el avance tecnológico
- 4- falta de capacitación y conocimiento
- 5- desconocimiento de la aptitud de los suelos y el clima

**Oportunidades:**

- 1- insertarse en el mercado nacional e internacional
- 2- crecimiento del sector productivo
- 3- crecimiento de la provincia
- 4- mejoramiento de la calidad y cantidad productiva

#### **4- Conclusiones Generales**

La metodología de trabajo propuesta para el desarrollo del Proyecto Consolidación –II Parte- se focalizó en la asistencia técnica al sector Olivícola de la provincia, y la capacitación focalizada en Estrategias de Diferenciación de Productos, y Estrategias Competitivas de Aseguramiento de la Calidad en Aceite de Oliva, Complejo Vinos y Pimentón de los Valles Calchaquíes, con el objeto de mostrar las distintas alternativas de protección legal existentes en el mercado local y con reconocimiento internacional. Proponiéndose las mismas como estrategias de marketing para vender el producto e ir desarrollando otras estrategias para el mercado y para el cliente a futuro.

La temática desarrollada en la Jornada de Capacitación rondó en tres temas fundamentales –asi reconocido por los participantes:

- ❖ Diseño e Implementación de Denominaciones de Origen y otros instrumentos de Propiedad Intelectual: Beneficios y Ventajas. Dificultades y Amenazas. Oportunidades. Taller.
- ❖ Estrategia de Denominaciones de Origen: Marketing Estratégico y Operativo del Aceite de Oliva y otros productos.
- ❖ Sistemas de Aseguramiento de la Calidad: BPA, BPM, HACCP, ISO 9001/2000. Diferencias. Sistema de Aseguramiento, Auditorias, Certificación. Características Técnicas. Conceptos. Implementación. Beneficios.

En este sentido, y tal como se observa en las conclusiones de la Jornada las opiniones en la mayoría de los casos, ven como factible el desarrollo de la Estrategia de DO e IG, aunque plantean una serie de dificultades reales y concretas con las que se enfrentan para poder llevarla adelante.

En el caso del Sector Olivícola ha contado –desde el año 2000- con el apoyo del gobierno provincial y así es como llega hasta esta etapa en la que se encuentran en la implementación. Con el apoyo institucional recibido, el logro del cumplimiento de los aspectos organizacionales, sumado al cumplimiento de los requerimientos técnicos. Se entiende que el sector está en condiciones de poner en practica algunas cuestiones vinculadas a lo técnico (Protocolo de Calidad, BPA, BPM, y Sistema de Auditorias).

Los pasos a seguir están vinculados básicamente a la decisión del Grupo de Productores en el sentido de orientar la venta a granel al fraccionado, decidir el etiquetado, homogenizar los envases a utilizar, vender en conjunto a nivel internacional, vender en el mercado local, poner en practica las auditorias, decidir si el Consejo de Promoción será el Certificador, para lo cual tendrán que hacer las presentaciones correspondientes en el SENASA, cumplir con los requerimientos de la ISO 65, y finalmente decidir si necesitan la Certificación. Las condiciones están dadas, los pasos que siguen son decisiones internas y propias del Consejo.

En cuanto a la Jornada, la presencia de 50 personas – entre los que se encontraban el sector del aceite de oliva, de miel, aceite de nuez, pimiento para pimentón, vitivinícola, hortalizas, viveros, cabritero, -en algunos casos productores y en otros técnicos extensionistas que trabajan en el sector-, muestra el interés en la temática así como las conclusiones del Taller detallado en párrafos anteriores.

Por otra parte, estuvieron presentes el sector privado producción, industrias y consultoras de servicios, de la UNCA: estudiantes y docentes, incluyendo el Decano de la Facultad de Agronomía, del INTA, del gobierno de la Municipalidad y de la provincia –autoridades y

extensionistas-, del CFI, del PSA, del Consejo de DO de Aceite de Oliva, los Laboratorios de Análisis de la UNCA y la Provincia, entre otros.

Se entiende que este es el primer paso, requiriéndose seguir trabajando en temas de aseguramiento de la calidad en todos los sectores –iniciativa provincial – y trabajar focalizados en algunos productos cuyas calidades se atribuyen al origen y condiciones naturales y de producción, como para ser diferenciados bajo la estrategia de DO / IG, según sea el caso. Estas deberían ser temas de la nueva agenda, a llevar adelante por el gobierno provincial.

Es posible, que en los sectores –Vinos y Nogales de los Valles Calchaquíes- se conjugaron la falta de participación de los mismos e interés en ser parte de esta estrategia. Se realizaron actividades de motivación de los mismos y la respuesta hasta el momento fue siempre la misma, de no participación. Es posible, también, que dichos sectores en cuestión requieran de otras aproximaciones; es decir la resolución de problemas y dificultades de otra índole antes de encarar la DO, o proponer diferenciar o agregar valor con el desarrollo de la Indicación Geográfica, dado que esta no requiere en una primera instancia la elaboración de un protocolo de calidad, y/o plantear directamente una estrategia de desarrollo de “marca” desde el sector privado.

La Asistencia Técnica al sector olivícola, se llevó adelante como se indica en párrafos previos a través de reuniones con los involucrados, que permitieron discutir y analizar aspectos estratégicos y operativos en el campo de acción, vinculados a la consolidación del sistema de registros, organizar el sistema de auditorias y certificación.

En lo institucional se siguió acompañando el proceso de normalización pública – leyes, resoluciones, normas – que formalizarían el marco de seguridad jurídica, y de aplicación de la misma garantizando la vigencia del derecho de propiedad de uso colectivo de la denominación de origen.

En este sentido, el apoyo institucional provincial para el desarrollo de DO en la provincia de Catamarca, se ha demostrado con la realización del Proyecto de Consolidación –II Parte- que se concluyó dejando los temas discutidos y planteados.

Por su parte, los productores, principales interesados, y teniendo en cuenta la situación del mercado actual, discutieron sobre la necesidad de fraccionamiento del producto y etiquetado – esencial para el éxito y logro de la DO- quedando planteado para etapas posteriores. Asimismo, se está discutiendo, la utilización de alguna forma asociativa/cooperativa, para el fraccionado del aceite de oliva.

En el entorno organizacional, se consolidaron la coordinación de la acción colectiva, a través del Consejo de DO “Aceite de Oliva Extra Virgen de Catamarca”, conformado por las industrias y los productores más importantes por tamaño o tradición. En dicho Consejo quedaron nominadas –Octubre 2002- las autoridades definitivas. Con las autoridades, el estatuto aprobado y la personería jurídica en trámite, se puede afirmar que el proceso de consolidación organizacional se logró en la medida de las posibilidades y tiempos de desarrollo del proyecto, quedando ya en mano de los productores y del interés del Consejo la continuación de los pasos a seguir.

El Consejo tiene según su Estatuto, procedimientos de reuniones para discusión de temas que atañen a todos los involucrados, y continúan con las gestiones para la Personería Jurídica, la representación de los beneficiarios de la DO, y participan activamente en lo relacionado a la documentación que es necesario desarrollar para el aseguramiento de la calidad y dar confiabilidad a sus clientes actuales y potenciales.

Desde lo Tecnológico se definieron los patrones de procedimiento, tanto para los procesos como para los productos a través de los manuales de BPA y de BPM, así como los instructivos y

Guías de Finca e Industria, y los Registros que se llevan en las fincas como en las Industrias. En las reuniones de trabajo llevadas adelante, quedaron en mano de los productores los modelos y en algunos casos ya modificados todo lo vinculado al sistema de auditoria y certificación.

En lo que respecta a la tipificación del producto aceite de oliva, el aceite de oliva de Catamarca, requiere cumplir con los requerimientos mínimos dispuestos por el Consejo Olivícola Internacional, y en este sentido se están realizando las aproximaciones técnicas necesarias, para lograrlo. Por otra parte, están participando del Foro Nacional de Aceite de Oliva con el objeto de decidir con las otras provincias los avances y las gestiones a realizar frente al COI y en la SAGPyA, en lo referente a la definición de aceite de oliva en el Código Alimentario y las modificaciones sugeridas en tal sentido.

## 5. Bibliografía

Caldentey Albert P. & Gómez Muñoz C. Productos típicos, territorio y competitividad. Agricultura y Sociedad N 80/81. Julio Diciembre 1996.

Caldentey Albert P. & Gómez Muñoz C. Productos Agroalimentarios típicos y territorio. Distribución y consumo N 69. Madrid. Diciembre 1996 - Enero 1997.

Chabbal R. Características de las políticas de innovación. STI N 16. OECD. 1995.

CONSEJO DE LA DO Y PROMOCION COMERCIAL. PRODUCTOS REGIONALES CATAMARQUEÑOS. FA UBA - Diciembre 2001 - INFORME FINAL. FA UBA - CFI

CONSOLIDACION DE LA ESTRATEGIA ALIMENTARIA PROVINCIAL DE DENOMINACION DE ORIGEN. ACEITE DE OLIVA DE CATAMARCA. FAUBA Mayo 2003. Informe Final FA UBA - CFI

Davis J. & Goldberg R. A Concept in Agribusiness. Division of Research. Graduate School of Business Administration. Harvard University. Boston. 1957.

Del Bello J. & Obschatko E. Estudio de Competitividad Agroindustrial. Documento de Trabajo. SPE-SAGYP-IICA. 1993

Estefanel G. et al. El sector agroalimentario argentino en los 90. IICA. Buenos Aires .1997.

Espinoza O. Enfoque de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI. Primer Seminario Internacional de Denominaciones de Origen. Editor H. Ordoñez. SAGPYA. ISBN 987-95327-9-1-. 300 pp. Buenos Aires. Argentina. Octubre 1996.

Geuze M. Enfoque de la Organización Mundial del Comercio. Primer Seminario Internacional de Denominaciones de Origen. Editor H. Ordoñez. SAGPYA. ISBN 987-95327-9-1-. 300 pp. Buenos Aires. Argentina. Octubre 1996.

Green R. La comercializacion como interface entre el universo de la produccion y del consumo. INRA. Department ESR. Laboratoire d 'Economie Industrielle Agroalimentaire. Ivry, Francia. Mayo 1998.

Jatib M.I. Propuesta para la implementación del sistema de denominaciones de origen en Argentina. Agronegocios y Denominaciones de Origen. Primer Seminario Internacional de Denominaciones de Origen. SAGPYA. ISBN 987-95327-9-1-. 300 pp. Buenos Aires. Argentina. Octubre 1996.

Jatib, MI Carnes Entrerrianas. Un Caso Líder. Coordinador Técnico. SAGPYA. 137 pp. Noviembre de 1995.

Khun TS. La estructura de las revoluciones científicas. Fondo de Cultura Económica. México 1971.

Kline S. & Rosemberg N. An overview of innovation. Art en The positive sum strategy. Hardnessing Technology for Economic Growth. Washington DC. National Academy Press.1986.

Kotler P., Amstrong G. Mercadotecnia. Prentice Hall. Sexta Edicion. Mexico 1996.

Lambin J.J. Marketing Estrategico. MacGraw Hill. Segunda Edicion. Madrid 1991.



Ordoñez, H. Agronegocios y Denominaciones de Origen. Primer Seminario Internacional de Denominaciones de Origen. Editor H. Ordoñez. SAGPYA. ISBN 987-95327-9-1-. 300 pp. Buenos Aires. Argentina. Octubre 1996.

Ordoñez, H. Vinos, Olivares y Nogalares Catamarqueña, un caso de megamarketing II. VII Congreso de Ciencias Veterinarias Buenos Aires. Noviembre de 1994.

Ordoñez, H. Vinos, Olivares y Nogalares Catamarqueña, un caso de megamarketing I. IV Congreso Mundial de Agronegocios. International Agribusiness Management Association IAMA. Caracas, Venezuela, Mayo de 1994.

Porter, M. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Vergara. Buenos Aires. 1990

Saenz Pech, M. Los quesos con denominación de origen frente a la moderna distribución comercial. Distribución y Consumo 120. Madrid. Agosto Septiembre 1995.

Tinlot R. Enfoque de la Oficina Internacional de la Viña y el Vino. Primer Seminario Internacional de Denominaciones de Origen. Editor H. Ordoñez. SAGPYA. ISBN 987-95327-9-1-. 300 pp. Buenos Aires. Argentina. Octubre 1996.

Thorelli H B Networks: between markets and hierarquies. Strategic Management Journal Vol 7. 1986.

**ANEXO I –  
CONFERENCIA “ESTRATEGIA DE LAS  
DO Y ASEGURAMIENTO DE LA  
CALIDAD”**

## **A- Proyectos realizados:**

### **1- “Denominación de Origen y Plan Comercial, Vinos, Olivares y Nogalares de Catamarca”**

Desde el año 2000 se vienen desarrollando la estrategia de las DO, en la provincia de Catamarca.

El objetivo del proyecto era promover acciones colectivas de carácter institucional, organizacional y tecnológico en los integrantes del sistema vinos, olivo y nogal de Catamarca focalizados en acciones comerciales de acceso a mercado orientadas al cliente basados en el origen y la calidad de los productos agrícolas y agroindustriales locales.

Para ello se diseñó e implementó la "estrategia alimentaria de las denominaciones de origen" focalizados en el Consejo de la Denominación de Origen VONC y orientados a diferenciar el producto y posicionarlo en los distintos mercados sustentados en los atributos típicos, prestigiosos y notorios de origen y calidad Catamarqueña.

En lo que hace a la Promoción Comercial de la DO VONC, se diseñó e implementó un plan comercial – marketing estratégico y operativo - basado en el origen y calidad – DO VONC & Catamarca – con el objeto de diferenciar y posicionar el producto en los clientes y facilitar el acceso al mercado local, regional, nacional, MERCOSUR e internacional.

El grupo beneficiario del proyecto en sentido amplio esta constituido por los participantes en el Grupo Asociativo Promotor - Consejo de la Denominación de Origen “ Vinos, Olivares y Nogalares de Catamarca.”. (VONC) conformado por los agricultores, la industria acondicionadora y procesadora y el Gobierno Provincial (podría incluirse un representante local del INTA, SENASA) y otras instituciones locales publicas o privadas afines al proyecto.

En sentido estricto el grupo beneficiario del proyecto esta constituido por los agricultores y la industria acondicionadora y procesadora local de los tres sectores involucrados: vino, olivo y nogal.

El objeto del proyecto es diseñar, institucionalizar, organizar y poner en marcha el Consejo de la Denominación de Origen “ Vinos, Olivares y Nogalares de Catamarca.”.(C.D.O. VONC) con una fuerte orientación comercial focalizada en el acceso a los mercados y en los clientes.

La propuesta consistió en desarrollar un emprendimiento asociativo de PYMES, convocado por el origen y la calidad, focalizado en promover una estrategia alimentaria competitiva para las carnes ovinas locales de notorio prestigio y tipicidad.

La estrategia agroalimentaria de las denominaciones de origen tiene por fin promover la valorización y la protección de los Vinos, Olivares y Nogalares de la región Provincia de Catamarca frente al creciente numero de usurpaciones con productos falsos o engañosos.

En consecuencia la presente propuesta agrega valor y seguridad jurídica a los productores locales y a los consumidores que muestran marcada preferencia por la notoria tipicidad y prestigio de los Vinos, Olivares y Nogalares de Provincia de Catamarca.

La institucionalización y organización de la asociación de PYMES en el marco jurídico de las Denominaciones de Origen consolidó las ventajas competitivas de los Vinos, Olivares y Nogalares del distrito agroindustrial Provincia de Catamarca.

La institucionalización de la Denominación de Origen “ Vinos, Olivares y Nogalares de Catamarca.” Constituye un paso clave para consolidar el distrito agroindustrial de Provincia de

Catamarca. El proceso de consolidación de la actividad agroindustrial llevara consecuentemente a consolidar el polo turístico Provincia de Catamarca en torno al fuerte convocante que representa la Denominación de Origen Vinos, Olivares y Nogalares de Catamarca..

El origen y calidad de los Vinos, Olivares y Nogalares de Provincia de Catamarca consolidan la identidad principal del polo turístico Provincia de Catamarca en torno a los siguientes ejes convocantes: el medio ambiente, geográfico y cultural, específicamente la dieta y gastronomía local de especialidades como atributos diferenciadores.

En los aspectos institucionales se promovió la normatización publica – leyes, resoluciones, normas – que formalizan y dan un marco de seguridad jurídica, y además un marco de aplicación de la misma que garantice la vigencia del derecho de propiedad de uso colectivo de la denominación de origen. La promoción del marco jurídico y de la vigencia del mismo debe abarcar el ámbito provincial y nacional. Oportunamente también se llega al ámbito internacional.

Y se promovió asimismo, la cultura de las denominaciones de origen. Las pautas culturales, hábitos y las tradiciones constituyen el sustento institucional informal que da la base y sostiene a las instituciones formales.

En los aspectos organizacionales, se conformó el ordenamiento privado de las denominaciones de origen en el grupo asociativo. En el entorno organizacional se consolida la coordinación de la acción colectiva en torno los Vinos, Olivares y Nogalares de Provincia de Catamarca. Si las instituciones son las reglas de juego, las organizaciones son los jugadores. Si el marco institucional se relaciona con los medios, el ambiente organizacional es el de los fines. En el ambiente organizacional se resuelve el emprendimiento de negocios y la estrategia asociativa de diferenciación de producto y agregación de valor. Es en el ambiente organizacional donde se resuelve el negocio desde lo estratégico y desde lo operativo.

El ordenamiento privado es en realidad un re ordenamiento, constituye un cambio organizacional. El cambio organizacional implica capacitación y a su vez la asistencia en la conformación del grupo asociativo en el nuevo ordenamiento privado. Además son objeto central del cambio organizacional y del ordenamiento privado el conjunto de nuevas reglas de juego en lo operativo que sostienen a las nuevas estrategias, comerciales, de calidad etc.

En los aspectos tecnologicos, se definieron los patrones de procedimiento, tanto para los procesos como para los productos, pero sobre todo se define que hacer y como hacerlo en función de las necesidades del consumidor. En el ambiente tecnológico se resuelve el que hacer “know what” (producto) y el cómo hacerlo “know how” (proceso). En el ambiente tecnológico se definen las tecnologías de proceso y de producto singulares y características que distinguen a la denominación de origen. En el ambiente tecnológico se entiende a la innovación tecnológica como un proceso del mercado; lo promocional y la comunicación con el cliente constituyen el objetivo ultimo del esfuerzo tecnológico.

Los aspectos comerciales relevantes del Plan Comercial están sostenidos por el origen y la calidad en el marco de la estrategia de las denominaciones de origen.

Las acciones relevantes están relacionadas con promover acciones institucionales de poder político y promover acciones promocionales a nivel opinión publica en general dentro de lo que se da a llamar mega marketing.

Desde el punto de vista del marketing estratégico se privilegiara la segmentación de mercado y el posicionamiento del producto diferenciado; en el marco de una visión y misión claras con adecuadas metas y propuestas de acción.

Desde el punto de vista operativo del marketing se focalizará en la diferenciación de producto, en las políticas de precios, en el canal de distribución y en la promoción.

Los aspectos comerciales serán sustentados por el potencial del sistema de valor Vinos, Olivares y Nogalares de Catamarca (sintetizado en la DO VONC) y además en la investigación de mercados, locales, nacionales, internacional etc. La investigación de mercado, a partir del acceso, explorará las preferencias de los clientes y la satisfacción de las mismas.

2- El segundo proyecto consistió en la Consolidación Denominación de Origen “Aceite de Oliva Extra Virgen de Catamarca” 2001- 2002

De carácter inédito se basa en las acciones llevadas adelante a principios de los 90 en Vinos, Olivares y Nogalares Catamarqueña. El presente retomará los principales logros de aquella experiencia y apuntará a resolver las restricciones institucionales, organizacionales, tecnológicas y comerciales que limitaron el éxito y la sostenibilidad de la misma.

De la experiencia anterior quedan tres fuertes “activos”:

1. El claro prestigio del producto Catamarqueño, posicionado de manera singular en los consumidores nacionales y de alguna manera también en el ámbito global.
2. Los distintos proyectos de Ley Nacional de Denominación de Origen con media sanción que definitivamente consolidarían la propuesta actual

El presente constituye un proyecto de fuerte anclaje local, Catamarca, orientado a productores e industriales de la provincia.

En este proyecto la propuesta se lleva adelante a partir de un patrón de aproximaciones sucesivas de difusión, capacitación y asistencia técnica, atravesando cuatro entornos: institucional, organizacional, tecnológico y comercial. Se cumplimentarán los siguientes objetivos específicos.

La estrategia de las Denominaciones de Origen se fundamenta en agregar valor y dar seguridad jurídica a los productores locales y a los consumidores que muestran marcada preferencia por la notoria tipicidad y prestigio de los productos que potencialmente justifiquen ser amparados por las Denominaciones de Origen o Indicaciones Geográficas, según corresponda.

El eje central de las denominaciones de origen pasa por la conjunción de terruño, diferenciación y calidad, que valoriza frente a los consumidores y protege a los agentes de la cadena de valor. Ello constituye además el eje central del activo intangible, protegido por el capítulo especial de la propiedad intelectual que ampara las indicaciones geográficas.

La propuesta Consejo de Denominación de Origen y Promoción Comercial Vinos, Olivares, Nogales Catamarqueños” (C.D.O. VONC) que se iniciara en el 2000 y continuara en el 2001, seguía la exitosa tendencia de Luján de Cuyo, San Rafael, Valle del Famatina en donde vitivinicultores y bodegueros de Mendoza y La Rioja se organizaron para posicionar los excelentes vinos Malbeck y Torrontes, típicos, notorios y prestigiosos productos regionales.

En el caso de Catamarca, los tres sectores considerados: vino, olivo y nogal presentaban distinto grado de desarrollo organizacional, tecnológico y comercial. La propuesta de la Denominación de Origen, como estrategia agroalimentaria común, promueve un marco institucional común que facilitará la conformación del polo catamarqueño.

Esa propuesta además se constituyó en una experiencia piloto de proceso de reingeniería de PYMES agropecuarias e industriales en el negocio agroalimentario regional. La experiencia de consolidación exitosa de una estrategia agroalimentaria de las denominaciones de origen constituye un caso líder que facilitara la adopción de alternativas similares por distintas regiones y distintos productos que enfrentan en mismo desafío de sobrevivir y crecer competitivamente.

La institucionalización y organización de la asociación de PYMES en el marco jurídico de las Denominaciones de Origen consolida las ventajas competitivas de los productos de la región en consideración.

Fundamentado en esos conceptos básicos y preliminares, el Proyecto Denominación de Origen Vinos, Olivares y Nogalares de Catamarca estaba fundamentado en las acciones llevadas adelante a principios de los 90 en Olivares Catamarqueños y retoma los principales logros de esa experiencia que apuntaba a resolver las restricciones institucionales, organizacionales, tecnológicas y comerciales que limitaron el éxito y la sostenibilidad de la misma.

### 3- Proyecto CONSOLIDACION DE LA ESTRATEGIA ALIMENTARIA PROVINCIAL DE LA DENOMINACION DE ORIGEN ACEITE DE OLIVA DE CATAMARCA

Esta nueva propuesta tiene como objetivo general la consolidación de la implantación de la estrategia alimentaria DO Aceite de Oliva de Catamarca y la identificación de oportunidades potenciales de DO para otros productos.

Como objetivos específicos se determinan como esenciales el seguimiento y monitoreo de la Denominación de Origen Aceite de Oliva de Catamarca para su Consolidación y Sustentabilidad y el dar la estrategia alimentaria de la DO Aceite de Oliva de Catamarca a través del seguimiento y monitoreo de lo implementado en la propuesta primera "Denominación de Origen y Plan Comercial, Vinos, Olivares y Nogalares de Catamarca" y del cumplimiento de los objetivos específicos.

Constituye otro objetivo específico de la Propuesta actual la Identificación del potencial de reacción de nuevas oportunidades en D.O.: Complejo Vinos Finos de los Valles Calchaquíes y Pimentón de los Valles Calchaquíes y otros productos: nuez de nogal, membrillos, cabritos y otros productos provinciales.

En el transcurso del presente proyecto se identificarán las nuevas oportunidades en llevar adelante la estrategia de las denominaciones de origen en nuevas regiones y nuevos productos regionales como son Complejo Vinos Finos de los Valles Calchaquíes y Pimentón de los Valles Calchaquíes y otros productos: nuez de nogal, membrillos, cabritos y otros productos provinciales. La identificación entiende evaluar la potencial reacción de los actores socio económico y del mercado en trono a esta nueva propuesta. De presentarse el potencial de una alta reacción se deberá en consecuencia analizar la posibilidad de proyectos ad-hoc.

La sustentabilidad de la Denominación de Origen Aceite de Oliva Catamarqueño garantiza y sostiene la estrategia alimentaria de las denominaciones de origen y promoción comercial de los productos regionales ya iniciada, y facilita la potencial Estrategia de Denominación de Origen que comprenda el terruño de los Valles Calchaquíes Argentinos, es decir el Complejo Pimentón y el Complejo de la Viña y el Vino de los Valles Calchaquíes, ya identificado.

- Seguimiento y Monitoreo de la Denominación de Origen Aceite de Oliva de Catamarca para su Consolidación y Sustentabilidad, a través del seguimiento y monitoreo de lo implementado en la propuesta primera "Denominación de Origen y Plan Comercial, Vinos, Olivares y Nogalares de Catamarca" y del cumplimiento de sus objetivos específicos: 1. Denominación de Origen Olivares de Catamarca y 2. Promoción

Comercial de la DO OC, en lo referente a Olivares y Aceite de Oliva, de modo de garantizar la sustentabilidad de dicha estrategia.

- Identificación del potencial de reacción de nuevas oportunidades en D.O.: Complejo Vinos Finos de los Valles Calchaquíes y Pimentón de los Valles Calchaquíes y otros productos: nuez de nogal, membrillos, cabritos y otros productos provinciales. Nuevas oportunidades para llevar adelante la estrategia de las denominaciones de origen en nuevas regiones y nuevos productos provinciales para su difusión, tales los casos de: Complejo Vinos Finos de los Valles Calchaquíes y Pimentón de los Valles Calchaquíes, y otros productos: nuez de nogal, membrillos, cabritos y otros productos provinciales. La identificación entiende evaluar y difundir la potencial reacción de los actores socio económico y del mercado en torno a esta nueva propuesta. De presentarse el potencial de una alta reacción se deberá en consecuencia analizar la posibilidad de proyectos ad-hoc.

El grupo beneficiario directo del proyecto CONSOLIDACION DE LA ESTRATEGIA PROVINCIAL DENOMINACION DE ORIGEN ACEITE DE OLIVA DE CATAMARCA son los agricultores y la industria acondicionadora y procesadora local del sector involucrado directamente en el desarrollo de la DO: olivo y aceite de oliva, y los integrantes del Grupo Asociativo Promotor del Consejo de la DO Aceite de Oliva de Catamarca: agricultores, industriales acondicionadores y procesadores.

Es también beneficiario directo los involucrados en el Complejo Vinos Finos de los Valles Calchaquíes y Pimentón de los Valles Calchaquíes, y de otros productos: nuez de nogal, membrillos, cabritos y otros productos provinciales.

El grupo beneficiario indirecto de este Proyecto son todos los agricultores, la industria acondicionadora y procesadora y el Gobierno Provincial (los representantes locales del INTA, SENASA) y otras instituciones locales públicas o privadas afines al proyecto vinculados a la producción, elaboración, acondicionado, transporte, y todos los involucrados directa o indirectamente en la Producción de Oliva y Aceite de Oliva y complejo vinos finos y pimenton de los valles Calchaquies, y del sector nuez, membrillo, cabritos y otros de la provincia y región.

Se siguieron los siguientes pasos:

- ❖ Difusión y concientización de la propuesta inicial para su consolidación en lo que hace a los aspectos institucionales: avances alcanzados con el proyecto de ley de DO provincial, organizacionales: logros alcanzados con la difusión, capacitación, conformación del Grupo Promotor, sus estatutos y reglamentos internos, comisiones de Producto, Calidad, tecnología y aspectos comerciales y en lo tecnológico: resultados de auditorias, estándares definidos, inicio de mejora continua y criterios del protocolo de calidad. En lo comercial se determinará el nivel de avance de la estrategia del plan comercial inicial en cuanto a nivel de desarrollo de marketing, vinculado al Aceite de Oliva.
- ❖ Capacitación específica vinculada a la DO en los agronegocios y su implantación. Temática relacionada con posibilidades comerciales, marketing, aspectos tecnológicos en cuanto al Protocolo de Calidad en lo referido a: diseño, desarrollo, implantación, organización del sistema de control de proceso y de producto en todos los niveles: producción, transporte, acondicionado, elaboración y comercialización. Así también se utilizarán estos talleres para evaluar e identificar el potencial de reacción de sectores involucrados en la elaboración de nuevos productos.
- ❖ Asistencia técnica focalizada en los aspectos tecnológicos de la producción, elaboración y comercialización de Aceite de Oliva. En este sentido se seguirá trabajando con los

aspectos tecnológicos vinculados a Auditoria de Calidad en las empresas, estándares medio de calidad actual por proceso y producto, nivel de desarrollo de mejora continua por empresa en lo agrícola e industrial y criterios de referencia de los Protocolos de Calidad de Aceite de Oliva.

B- Proyectos en marcha:

1- CONSOLIDACION DE LA ESTRATEGIA ALIMENTARIA DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN PROVINCIAL – II PARTE-:

- ✓ ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD-ORIGEN DEL SISTEMA “ACEITE DE OLIVA DE CATAMARCA”
- y
- ✓ CAPACITACION FOCALIZADA EN DENOMINACIONES DE ORIGEN Y CALIDAD EN EL “SISTEMA ACEITE DE OLIVA” Y EL COMPLEJO “VINOS Y PIMENTON DE LOS VALLES CALCHAQUIES” Y OTROS PRODUCTOS.

El objetivo general de la Propuesta es asegurar la Sustentabilidad de la DO Aceite de Oliva de Catamarca iniciada en la Propuesta anterior -Consolidación I PARTE-, en la que se había comenzado a desarrollar el monitoreo y seguimiento del sistema que vincula calidad y origen a través de la DO y se proponía la identificación de oportunidades potenciales DO para otros productos, que ya identificados claramente se focalizan en la presente Propuesta –Consolidación II Parte- en dos productos con calidad diferenciada debido al origen: “DO de Complejo Vinos y Pimentón de los Valles Calchaquíes” y otros productos, proponiéndose la capacitación focalizada en la estrategia de Denominaciones de Origen y en el desarrollo de sistemas de calidad.

- Consolidación de la Denominación de Origen Aceite de Oliva de Catamarca: Aseguramiento de la Calidad-Origen del Sistema y seguimiento. requiere de una segunda etapa que permita continuar las actividades iniciadas, con el objeto de asegurar que se ha logrado la implantación-seguimiento y monitoreo de la DO, tanto al nivel de productores como del Consorcio de la DO y de este modo, asegurar que dicha estrategia sea sustentable en el tiempo. Por otra parte, se pretende dejar en manos de los productores el aseguramiento del cumplimiento del protocolo de calidad –Guía de Buenas Practicas Agrícolas y de Manufactura- y la implementación de las planillas – registros – Cuadernos de Campo y de la Industria-, así como el seguimiento de la Calidad de sus procesos y productos, a través de auditorias.
- Capacitación focalizada en la Estrategia de Denominación de Origen y Gestión de la Calidad en el “Sistema Aceite de Oliva” y el “Complejo Vinos Finos y Pimentón de los Valles Calchaquíes” y otros productos. El objeto es determinar los sistemas mas adecuados de calidad de proceso y producto, así como plantear las posibilidades de desarrollo, bajo distintos paraguas legales –Denominaciones de Origen/ Indicaciones Geográficas / Marca colectiva. Esta capacitación permitirá que los beneficiarios consideren estas opciones, con las distintas alternativas de implementación de dichas estrategias de diferenciación y se generen los compromisos derivados, básicamente de los actores involucrados en las cadenas.

El grupo beneficiario directo son los agricultores y la industria acondicionadora y procesadora local del sector involucrado directamente en el desarrollo de la DO: olivo y aceite de oliva, y los integrantes del Grupo Asociativo Promotor del Consejo de la DO Aceite de Oliva de Catamarca: agricultores, industriales acondicionadores y procesadores y técnicos del sector publico y privado.



Son beneficiarios directos de esta Propuesta los actores involucrados: productores, industriales, técnicos del sector público y privado del “Complejo Vinos y Pimentón de los Valles Calchaquíes” y otras cadenas interesadas. Se propone, que en la capacitación participen productores, elaboradores, transportistas y distribuidores de ese Complejo, así como de otras cadenas / productos de la provincia de Catamarca y los técnicos del sector público (representantes locales del INTA, SENASA, Gobierno Provincial, Municipios) y privado (empresas).

Forma parte del grupo beneficiario indirecto todos los interesados (agricultores, la industria acondicionadora y procesadora del complejo vinos finos y pimentón de los valles Calchaquíes y de otros sectores interesados), técnicos (representantes locales del INTA, SENASA, Gobierno Provincial, Municipios) y privado (empresas) y que estén involucrados e interesados en participar de los talleres de difusión que se desarrollaran en la Provincia de Catamarca.

La temática de la Jornada de Capacitación son los siguientes:

- Estrategia de Denominaciones de Origen: Aspectos Institucionales, Organizacionales, Tecnológicos y Comerciales. Avances. Marketing Estratégico y Operativo del Aceite de Oliva y otros productos.
- Diseño e Implementación de Denominaciones de Origen y otros instrumentos de Propiedad Intelectual: Beneficios y Ventajas. Dificultades y Amenazas. Oportunidades. Taller.
- Sistemas de Aseguramiento de la Calidad: BPA, BPT, BPL, BPM, HACCP, ISO 9000. Diferencias. Sistema de Aseguramiento, Auditorias, Certificación. Características Técnicas. Conceptos. Implementación. Beneficios.

La Jornada de Capacitación está orientada a los involucrados en el sistema aceite de oliva y al complejo vino y pimentón, además de otras cadenas interesadas, incluyendo todos los empresarios de las cadenas y técnicos (representantes locales del INTA, SENASA, Gobierno Provincial, Municipios) y privado (empresas), con el objeto de dejar claramente establecido las posibilidades de las distintas estrategias de diferenciación así como posibles sistemas de aseguramiento de la calidad a desarrollar.

Otros proyectos:

- 1- Desarrollo de proyecto piloto de pimenton: comprendiendo el suelo, semillas, riego, seleccion, secado, clasificacion, para la mejora del rendimiento y de la calidad. Para una muestra –laboratorio y su posterior replicacion en otros establecimientos.
- 2- Desarrollo de sistemas de gestion de calidad – ISO 9000- en la industria aceitera. Con apoyo financiero de la provincia y la certificacion a cuenta de las empresas.

**ANEXO II:**  
**ACTA COMPROMISO DEL GOBIERNO**  
**CON EL SECTOR OLIVICOLA**

**SECTOR OLIVICOLA Y GOBIERNO DE LA PROVINCIA  
DE CATAMARCA**

**ACTA COMPROMISO**

En la Ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca, a las 10,30 horas del día 15 quince del mes de Octubre del año 2003, se reúnen en el Salón de Acuerdos Fray Mamerto Esquiú de Casa de Gobierno, en representación del Gobierno de la Provincia de Catamarca, el Señor Gobernador Dr. Oscar Anibal Castillo y el Ministro de Producción y Desarrollo Ing. Agrónomo Ernesto Mario Álvarez Morales, por una parte, y por la otra los representantes del Sector Olivícola de la Provincia de Catamarca: en representación de los Emprendimientos Agropecuarios adheridos al régimen de la Ley Nacional de Desarrollo Económico, Lic. Marcos Andrada, de la Industria Olivícola, Ing. Luis Arata y del Sector Tradicional Dn. Juan Andrada, y don Juan Carlos Nieva; encontrándose presentes además, los siguientes organismos y entidades intermedias: INTA, representado por su Director el Ingeniero Agrónomo Luis Tomalino, Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Catamarca, representada por el Sr. Decano Ingeniero Agrónomo Oscar Arellano, Colegio de Ingeniería Agronómica de Catamarca, representado por su Presidente Ingeniero Agrónomo Victor Herrera, Registro Nacional del Trabajador Rural y Empresas, representado por la Licenciada Mirian Juarez, Unión Argentina de Trabajadores Rurales y Estibadores representado por Dn. Alfredo Ferreyra, Cámara de Empresas Agropecuarias Promovidas de Catamarca, representada por su Presidente Sr. Hildo Jcuffia, Consejo Oleícola Argentino, representado por Presidente Dr. Juan Carlos Solari, Consejo de Denominación de Origen Aceite de Oliva de Catamarca, representado por su Presidente el Sr. Juan Villa,

Villa, Agencia de Desarrollo de Catamarca, representada por su Presidente el Ingeniero Agrónomo Walter Viegner; a efectos de suscribir la presente Acta Compromiso para el desarrollo del Polo Olivícola Provincial.

1) El Gobierno de la Provincia de Catamarca, se compromete a establecer con carácter de Política de Estado las condiciones que permitan la consolidación del desarrollo productivo del sector olivícola, procurando la mayor instalación de superficie productiva, capacidad instalada de extracción, elaboración, fraccionamiento y almacenamiento, promoviendo la formación y capacitación de recursos humanos, la consolidación de las organizaciones de productores existentes. Asimismo posibilitando certificaciones de calidad e identificación diferenciada de la producción.

2-) El Sector Olivícola de la Provincia de Catamarca se compromete a priorizar la mano de obra catamarqueña, particularmente aquellos de servicio calificado y carácter permanente, asimismo se compromete a incorporar los procesos productivos y de diferenciación comercial que permitan agregar valor a la producción, procurando una mayor complementación entre el sector tradicional y los nuevos emprendimientos radicados durante la vigencia de la Ley Nacional N° 22.702. Asimismo el sector promovido facilitará las condiciones necesarias de infraestructura para extracción y envasado de aceite, información de mercadeo y asesoramiento técnico necesario para la complementación con el sector tradicional.

3-) Ambas partes se comprometen a trabajar de común acuerdo en la formulación y puesta en marcha de estrategias de consolidación productiva y expansión comercial del Polo de Desarrollo Olivícola de la Provincia de Catamarca, imprimiéndole un fuerte sesgo e identificación regional y complementación con el sector turístico, para la implementación de la denominada Ruta del Olivo, la dinamización de la inversión en el ámbito de

todas las regiones de la provincia y la integración para generar procesos de desarrollo de los diferentes sectores (agropecuario, industrial, servicios y artesanías).

4-) Los demás organismos y entidades presentes se comprometen a apoyar y promover en sus respectivas jurisdicciones o ámbitos de actuación los principios y contenidos básicos acordados en la presente acta compromiso.

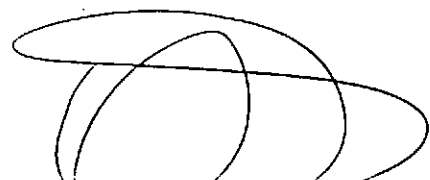
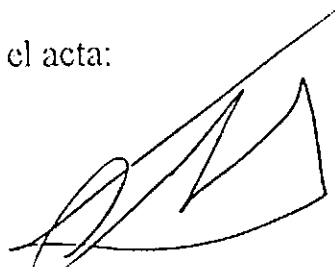
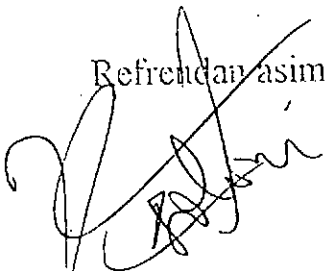
5-) Se invitará a adherir a los postulados de la presente acta a los siguientes organismos nacionales: Ministerio de Economía y Producción, Instituto Nacional de Tecnología Industrial, Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional, Servicio Nacional de Sanidad y Consejo Federal de Inversiones.

Forman parte de la presente acta los siguientes anexos -

- Marco general de Referencia
- Sistemas Productivos Provinciales
- Polo Olivícola
- Denominación de Origen y Calidad
- Producción Orgánica
- Empleabilidad y Capacitación del Sector
- Sanidad y Desarrollo Comercial
- Ruta del Olivo
- Estimación de Producción y Rendimiento

Siendo las 13,30 horas, no habiendo mas temas por tratar se da por finalizada la reunión, labrándose el Acta de Conformidad.

Refrendan asimismo el acta:





MINISTERIO DE PRODUCCION Y DESARROLLO  
GOBIERNO DE CATAMARCA

## ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DEL SECTOR OLIVÍCOLA DE LA PROVINCIA DE CATAMARCA

**FECHA:** Miércoles 15 de Octubre de 2003

**LUGAR:** Salón de Acuerdos " Fray Mamerto Esquiú"- Casa de Gobierno

**HORARIO:** 10 a 13 hs.

### PROGRAMA

**10.30 hs.** Palabras de apertura a cargo del Ministro de Producción y Desarrollo  
Ing. Agr. Ernesto Álvarez Morales.

### EXPOSICIONES

10.40 hs. **Tema:** Situación Actual y Proyección del Sector Olivícola

**Disertantes:** Secretario de Producción: CPN Daniel Castillo

Secretario de Inversión para el Desarrollo Agropecuario: CPN Raúl Macaroff

10.50 hs. **Tema:** Estrategias de Desarrollo: Denominación de Origen y Producción  
Orgánica

**Disertantes:** Representante de la Consultora "International Business Management"  
Ing. Agr. María Inés Jatib

11.00 hs. **Tema:** La Producción Orgánica entro de los temas Productivos Provinciales

**Disertante:** Director Técnico Organización Internacional Agropecuaria: Ing. Pedro Landa

11.10 hs. **Tema:** Empleabilidad del sector y Capacitación.

**Disertantes:** Coordinador de Estadísticas de la Producción y Proyectos Especiales:  
Ing. Pablo Soria.

Directora de Complementación Productiva y Capacitación: CPN: Arminda

Arjona

11.20 hs. **Tema:** Ruta del Olivo: Ejes estratégicos del proyecto

**Disertantes:** Director de Proyectos de Empresas Promovidas radicadas en Catamarca:  
CPN Daniel Nasimof

11.30: Palabras del Presidente del Consejo Oleícola Argentino ( COA)

Dr. Juan Carlos Solari



**MINISTERIO DE PRODUCCION Y DESARROLLO  
GOBIERNO DE CATAMARCA**

**Lectura y Firma de Acta de Compromiso**

11.50: Cierre – Palabras a cargo del Sr. Gobernador de la Provincia  
Dr. Oscar Aníbal Castillo

12.00 hs. Conferencia de Prensa

13.00 hs. Almuerzo de Camaradería