OIT.214
E26

44806

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA
Dr. Manuel Belgrano

Karina G. Colón Valledor | D.N.I.:25.230.582

Recopilación de Trabajos realizados Año 2004

DICIEMBRE **2004**

INFORME FINAL ANUAL

Att: *Secretario General del Consejo Federal de Inversiones*

Ing. Juan José Ciácera

Jefe del Área Comunicación Institucional

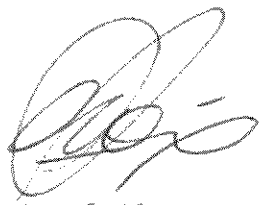
Dr. Diego Causse

A continuación , se presenta un detalle de todas las piezas graficas desarrolladas durante el año **2004**.

El objetivo de esta recopilación de material es el reconocimiento, de una presencia de **" Identidad "**.

Esta identidad se fue generando a partir del desarrollo de distintas piezas de diseño, que a pesar de tener diversas temáticas, mantuvieron una linea de diseño, aplicación de isologotipos, y modo de utilización de imágenes. Esto, da forma, a la identidad CFI, que al contener variadas actividades, apuntada a distintos publicos, requiere un lenguaje visual similar, que permita su reconocimiento, siempre manteniendo conceptos fuertes como: solidez, seriedad, respaldo, trayectoria y capacidad entre otros.

Sin más saluda a usted, atte.



Karina Colón

D.N.I.: 25230582

CULIACÁN | SINALOA | MÉXICO

II Misión EXPLORATORIA



Frutas y hortalizas

• ALIANZAS COMERCIALES •

EXPOABASTO

Sinaloa Internacional 2004

DEL 26 AL 29 DE FEBRERO DE 2004

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
SAN MARTIN 871 C1004AAQ CAPITAL FEDERAL
Tel (54 11) 4317-6700 Fax (54 11) 4315-1238
http:// www.cfired.org.ar

CFI

EVENTO	Misión Explorativa
DISEÑO	Afiche 50x70

CULIACÁN | SINALOA | MÉXICO

II Misión EXPLORATORIA



EXPOABASTO
Sinaloa Internacional 2004

CFI

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

SAN MARTÍN 871 | C1004AAQ | CAPITAL FEDERAL
TE (54 11) 4317 2000 | FAX (54 11) 4317 2030
INFO@CFI.GOV.AR | WWW.CFI.GOV.AR

DEL 26 AL 29 DE FEBRERO DE 2004

---

* Aceitunas

Se producen variedades de excelente calidad para conserva y para aceite, principalmente en las provincias de Catamarca, Mendoza, La Rioja, San Juan, Córdoba y Buenos Aires.

*** Aceitunas de mesa**

Son comercializadas como aceitunas verdes en salmuera, aceitunas negras, en rodajas y pasta de aceitunas, en recipientes de 250 g, 300 g y 500 g, tanto de vidrio como de plástico o en tarros a granel. Del total exportado, el 60 % se destina a Brasil y el resto a Uruguay, Japón y Estados Unidos, entre otros países.

*** Aceite de oliva**

Se producen aceites en las categorías extra virgen, virgen y puro. Se exporta principalmente a Brasil y, en menor medida, a Estados Unidos, Unión Europea y Japón.

Se utilizan envases de 250 cc, 500 cc y 750 cc, y también la modalidad a granel en tambores.

Existen empresas aceiteras de varias regiones del país que han recibido premios de reconocidas escuelas de cata por la calidad de sus aceites extra virgen que tienen una inserción especial en el mercado gourmet.

* Pasas de uva

Argentina ocupa el 10º lugar como país productor mundial de pasas. La producción se concentra principalmente en las provincias de San Juan y Mendoza, al pie de la Cordillera de los Andes, con los atributos ideales para ofrecer una excelente calidad y óptimas condiciones sanitarias: agua de deshielo, una atmósfera limpia y sin nubes, y elevadas temperaturas durante el día y bajas por la noche.

El 70% de la producción se exporta y, acorde con los destinos, existen distintas alternativas de envase para la elaboración de pasas.

Los principales destinos exportables son Estados Unidos y Brasil.

Las empresas que procesan este producto han empezado a implementar diversas normas de calidad para diversificar mercados, como certificación orgánica, HACCP, entre otras.

* Ajo

La República Argentina, segundo exportador de ajo del mundo, destina al mercado internacional el 70% de su producción. En casi 15.000 ha de cultivo produce tanto variedades de ajos colorados, como de blancos.

La oferta de ajo blanco se extiende desde noviembre a abril y la de variedades coloradas de diciembre a julio. Los principales destinos de las exportaciones son Brasil, Estados Unidos y la Unión Europea.

El Consejo Federal de Inversiones (CFI) brinda asistencia a las provincias argentinas a través de acciones tendientes a promover la actividad económica regional, abarcando a numerosos sectores de la producción y a los servicios asociados a ellos.

*Por esta razón, el CFI promueve la conformación de alianzas para la información y para la inversión, como respuesta a las nuevas condiciones de competitividad imperantes. Resalta así, como camino para la concreción de estos vínculos estratégicos, la construcción de **Redes de la Producción Regional**, organizando su trabajo a partir de la investigación sobre aglomeramientos productivos como vía para la identificación previa de los actores públicos y privados intervinientes.*

*Esta información permite diseñar una estrategia de enlace a través de distintas empresarias de variada índole. En tal sentido, las necesidades de capacitación o de cooperación referidas a la comercialización de productos suelen ser los fundamentos para organizar **Rondas internacionales de negocios**, **Misiones exploratorias**, **Misiones técnicas comerciales al exterior o Seminarios sobre internacionalización internacional.***

En este marco, el CFI pretende realzar el valor de la producción de frutas y hortalizas argentinas y lograr su mejor inserción en el mercado internacional, partiendo de la importancia que otorga la gran variedad de especies que conforman su oferta, debido a la diversidad de climas -desde los más fríos a los tropicales-, de la que disfrutan las múltiples regiones vitivinícolas en las cuales se desarrolla, como probablemente no exista en el sector productivo mundial.

*Las **Misiones exploratorias** persiguen la apertura de nuevos mercados para la exportación de productos argentinos, a través de su promoción y del establecimiento de vínculos comerciales. El interés particular de ingresar en el mercado mexicano tiene dos fuentes: por un lado, la exportación directa a esta plaza , y por el otro, la realización de acuerdos interempresariales que permitan participar de manera conjunta en las exportaciones a terceros países.*

* Peras

La pera es la fruta estrella de la Argentina. Por las excelentes características de sus regiones productivas (zonas productivas de los valles de Cuyo y Patagonia) y por la educación tecnológica, en los últimos años nuestro país se ha posicionado como primer exportador mundial de peras. La producción se destina fundamentalmente al mercado europeo y al de Estados Unidos en contraestación y, en menores volúmenes, a otros países del continente americano y del Mercosur.

La variedad Williams (Bartlett) sigue siendo la de mayor producción y oferta exportable.

* Manzanas

La Argentina integra, históricamente, el grupo de los 10 principales países exportadores de manzana y ocupa el primer lugar dentro de los del Hemisferio Sur.

Durante los últimos 10 años se han renovado montes para adecuarlos a las variedades demandadas por los mercados mundiales.

La zona de producción, que comparte con la pera, cuenta con una gran infraestructura y una moderna tecnología en empaques y postcosecha, lo que le permite disponer durante casi todo el año a los mercados más exigentes, como los de la Unión Europea, países del NAFTA y países integrantes del Mercosur.

* Uva de mesa

Acompañando el crecimiento creciente de la industria vitivinícola en el país, en los últimos años la uva de mesa argentina ha incrementado su participación en la oferta mundial de fruta fresca de calidad. Se ha posicionado como uno de los principales productos exportables, con capacidad de colocarse en los mercados más exigentes, donde la calidad del producto y la continuidad de abastecimiento son requerimientos básicos. Los mayores demandantes de la uva de mesa argentina son la Unión Europea, Rusia y Brasil. Las exportaciones se realizan por vía aérea y por los puertos de Campana (primicia) y San Antonio Este.

Una de las ventajas argentinas en la producción de uva de mesa en relación con la mayoría de los países competidores, es la de poder ofrecer una misma variedad en todas las estaciones, ya que el cultivo se realiza en regiones con distintas características climáticas, lo que permite una oferta permanente.

* Ciruela

La Argentina es el primer productor de ciruela del Hemisferio Sur y está ubicada entre los tres mayores exportadores septentrionales. Esta fruta es ampliamente demandada por Brasil y, en los últimos años, por países de la Unión Europea, principalmente Bélgica y los Países Bajos. La temporada de exportación se extiende desde noviembre hasta mayo, con las mayores ventas en el mes de diciembre.

* Duraznos y nectarinas

La Argentina ocupa el 1º lugar del Mercosur en la producción de duraznos y nectarinas. Se encuentra entre los tres mayores oferentes del Hemisferio Sur y entre en los mercados septentrionales en contraestación. Las exportaciones de estas frutas han experimentado un incremento importante en los últimos años, coincidentes con las demandas del Reino Unido, España, Bélgica y los Países Bajos, quienes compran aproximadamente el 80% de la oferta nacional en el caso de las nectarinas. A las tradicionales provincias productoras -Mendoza, Río Negro y Neuquén- se han incorporado Córdoba, Salta, Jujuy, Buenos Aires y Santa Fe, con cultivares de maduración temprana y extratempranas, a fin de procurar la oferta de variedades demandada por el consumidor.

EVENTO	Misión Explorativa
DISEÑO	Folleto A4

II Misión EXPLORATORIA

EVENTO	Misión Explorativa
DISEÑO	Logo

FRUTAS Y HORTALIZAS ARGENTINAS •ALIANZAS COMERCIALES•

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

" Al servicio de las provincias argentinas"

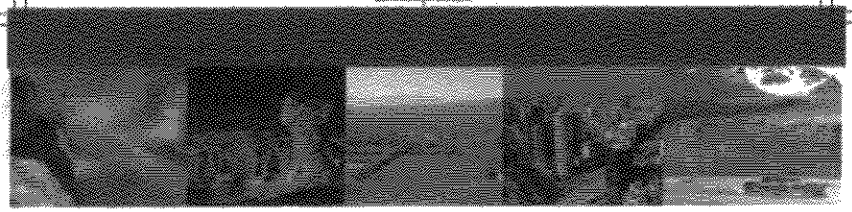
EVENTO	Misión Explorativa
DISEÑO	Cenefas 2 modelos

EVENTO	Oferta Productiva-Oportunidades de Inversión
DISEÑO	Folder Adentro- Afuera
MODELOS	2 modelos (español, inglés)



EVENTO	Oferta Productiva-Oportunidades de Inversión
DISEÑO	Folder Adentro- Afuera
MODELOS	2 modelos (español, inglés)

EVENTO	Oferta Productiva-Oportunidades de Inversión
DISEÑO	Insertos
MODELOS	1 Inserto x Provincia





Argentina

Capital: **Autonomous City of Buenos Aires**
President: **Dr. Néstor Kirchner**
Governing political party: **Justicialista**
Term: **2003 – 2007**

Area: **2.767.000 sq. km**
Population: **36,900,000**
Population density: **13 inhab/sq. km**
Population growth rate: **10 ‰**

Life expectancy at birth: **72 years**
Infant mortality rate: **18/1,000**
Urban population: **89% of the total**
Literacy (% popul. over 15 years): **97%**
GDP per capita (Atlas method): **US$ 4100**
2003 GDP growth rate: **8.4%**
Exports 2003: **29.3 billion US$ FOB**
Exports surplus 2003: **15.59 billion US$ FOB**



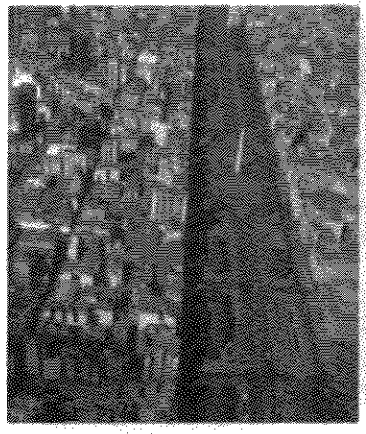
http://www.mecon.gov.ar
http://www.gobiernoelectronico.ar

Argentina



The primary sector accounts for 6% of the country's value added, the secondary sector contributes 29% and the remaining 65% corresponds to the supply of financial, transport and communications, trade, tourism and government services.
Agriculture provides over 60 million ton of grains and legumes –mainly soya, wheat and corn; animal husbandry records a herd of 48 million head of cattle, and 22 million head of sheep. Petroleum extractions an outstanding mining activity –45 million cub. m, and gas comes up to 45 billion cub. m. Sea fishing amounts to nearly 900 tons.
Significant industrial branches are food, beverage and tobacco, textiles, rubber and leather, which account for 60% of the global production. Next come chemical products, and petroleum refinery, machinery and transportation equipment and siderurgy.

Leading export items -soya and soya products (soybean, oil, pellets and meal)- amount to almost one quarter of the total. Next in importance are petroleum and gas, besides vehicles and parts, wheat, corn, leather and leather products, copper, sunflower, seamless tubes, aluminum and medicines. Imports basically comprise capital goods and intermediate supply acquisition.
Argentina is one of the world tourist centers that experienced the biggest growth in the last years. Its natural internationally renowned attractions –Patagonian glaciers, Iguazú falls, Andean winter resorts, whale watching in Península Valdés and several World Heritage sites- have the adequate catering infrastructure and services. The beauty of its cities and its music, particularly tango; adventure, ecological and rural ("estancias") tourism add to a panorama that can meet the most demanding visitor's requirements.





CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

SAN MARTIN 871
(1004AAC) CAPITAL FEDERAL
(54 -11) 4317 5700
Fax (54-11) 4315-1238
www.cfired.org.ar

EVENTO	Tierra del Fuego
DISEÑO	Afiche 50x70

PATAGONIA ARGENTINA

Tierra del Fuego



un lugar para todos

2 y 3 de junio de 2004

Centro Cultural General San Martín, Entresuelo

EVENTO	Tierra del Fuego
DISEÑO	Afiche 50x70

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Al servicio de las provincias argentinas

El **Consejo Federal de Inversiones** es un organismo creado en 1959 por los gobiernos argentinos: la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires y el entonces Territorio Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, con el objeto de fortalecer la cooperación entre sí y con el Gobierno nacional, en aras de un desarrollo armónico e integral de las regiones argentinas.

Actualmente, el CFI:

- Asiste técnicamente a los gobiernos provinciales a nivel de estudios y proyectos.
- Promociona un sistema de vinculación permanente entre los actores sociales de una misma cadena de elaboración(empresas, cámaras, sector público, universidades, centros tecnológicos, etc.), para mejorar la competitividad de la red en su conjunto, conformando y catalizando las fuerzas de la Producción Regional.
- Impulsa una línea de promoción específica para el sector Turismo.
- Promociona las nuevas tecnologías de información y comunicación - Sociedad de la Información.
  Formulación de políticas, estrategias y proyectos de Gobierno Digital.
- Brinda cooperación técnica y financiera a las pequeñas y medianas empresas.
  Cadena para la modernización productiva
  Cadena para la producción regional exportable
- Apoya y difunde, en conjunto con los organismos de Cultura de las provincias, a los artistas locales, a través del Concurso "Premio Fadeiaa".

CFI

ESTUDIOS Y PROYECTOS REALIZADOS CONJUNTAMENTE CON EL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO, ENTRE OTROS:

- **TURISMO**
  Desarrollo turístico patagónico
  Ejes para la competitividad turística patagónica
  Agencia jurídico-institucionales y operativas del turismo patagónico
  Desarrollo turístico del Proyecto Corazón de la Isla - Diagnóstico ambiental y patrimonial
  Dimensión turística receptiva de la provincia

- **AGRICULTURA**
  Evaluación e identificación de sitios aptos para el desarrollo de la acuicultura.
  Desarrollo sustentable de los recursos ovinos vivos del Canal de Beagle, etapa II
  Seguimiento y control de la actividad del cultivo del mejillón en la Zona de Almanza e Isla Gable

- **SECTORES FORESTAL E HIDROCARBUROS**
  Ampliación de la frontera forestal en la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Caracterización agroclimática
  Diagnóstico del sector foresto-industrial primario
  Estudio para el desarrollo de oportunidades de negocios para la industria forestal
  Forestación de cortinas forestales apropiadas
  Curso de selección como manejo de sistema forestal, etapa II
  Relevamiento de los turbales de la Isla Grande de Tierra del Fuego
  Reconversión metodológica operativa de yacimientos de hidrocarburos en producción

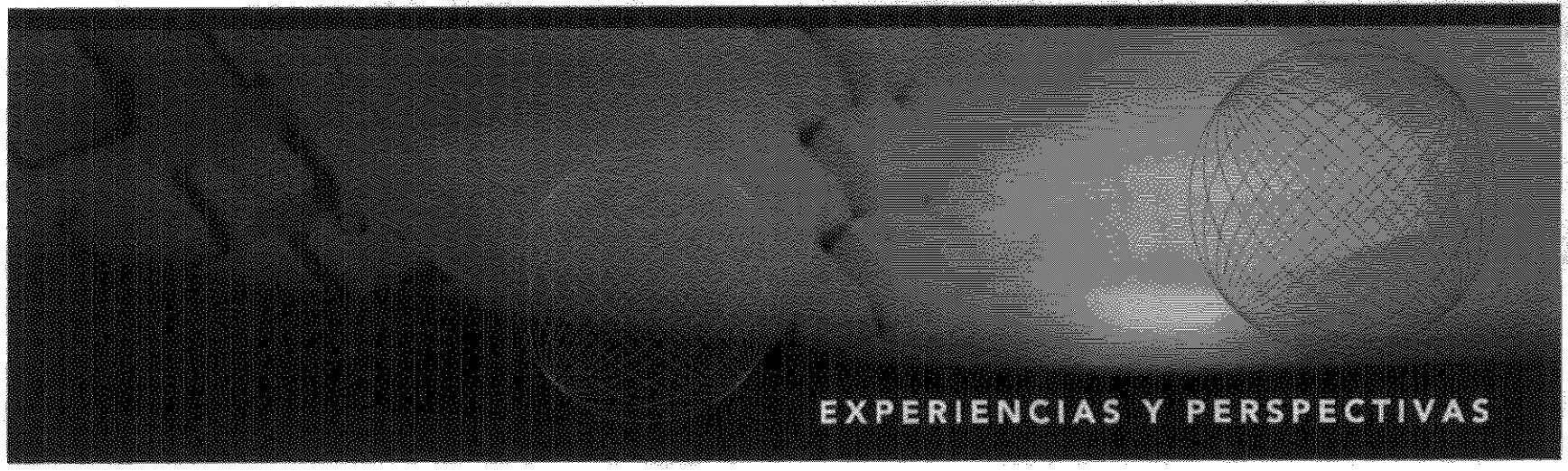
- **INFRAESTRUCTURA**
  Provisión de agua para el desarrollo de actividades margen sur del Río Grande
  Estudio técnico hidrológico relacionado con el Proyecto de abastecimiento de agua a la zona industrial portuaria en la ciudad de Río Grande
  Reforestación de la bay de Aguas

- **FORTALECIMIENTO DEL APARATO PRODUCTIVO**
  Integración regional y vinculación internacional
  Estudio de la comercialización de productos frutihortícolas y florales en Ushuaia y Río Grande
  Estudio de mercados y competitividad de productos fueguinos
  Proyecto Calidad fueguina
  Industrialización de la lana ovina

EVENTO	Stand T.del Fuego
DISEÑO	Baclights 2 modelos

P R I M E R E N C U E N T R O F E D E R A L

LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO EN EL NUEVO CONTEXTO



EVENTO	Promo Desarrollo
DISEÑO	Afiche 50X70

Secretaría de Política Económica de la Nación (MEyP)
Programa de Fortalecimiento del Sistema Nacional de Inversión Pública (POSIP)

Subsecretaría PyME&DR
Empresa y Desarrollo Regional, dependiente del Ministerio de Economía y Producción de la Nación

Centro Provincial de Convenciones y Eventos de la Ciudad de Posadas
Ruta 12 y acceso al Aeropuerto. Provincia de Misiones

Del 26 al 28 de mayo de 2004

ADEMI

CFI

INFORMES:
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES/ San Martín 871 - C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina Tel.: (54 -11) 4317- 0700 / www.cfired.org.ar
FUNDACIÓN AGENCIA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE MISIONES / Ruta 12, acceso al aeropuerto / E-mail: agenciamisiones@ciudad.com.ar

Destinatarios

- Empresarios, emprendedores, profesionales y consultores.
- Cámaras y asociaciones empresariales.
- Representantes de entidades civiles y comunitarias.
- Invitados especiales del Mercosur.
- Funcionarios y técnicos de los poderes Ejecutivo y Legislativo de provincias, municipios y de instituciones de desarrollo local.
- Académicos, investigadores y estudiantes universitarios
- Todos aquellos personas interesadas y comprometidas con las actividades del desarrollo.

Objetivos

- Promover el conocimiento de iniciativas e intercambiar ideas y opiniones sobre desarrollo regional y local.
- Establecer espacios y mecanismos de articulación entre la inversión pública y privada local, con el objeto de optimizar los recursos.
- Articular las iniciativas locales y territoriales con otros espacios sociales, económicos y políticos.
- Fomentar la participación de los ciudadanos en la formulación e implementación de las políticas públicas para el desarrollo local.
- Favorecer contactos y alianzas entre instituciones públicas y privadas para el desarrollo.
- Fortalecer y fomentar el espíritu de asociativismo y cooperación entre los sectores de la producción, del conocimiento y de los distintos niveles de gobierno.
- Generar un ámbito de reflexión en torno a la práctica de promoción del desarrollo en el contexto actual.

PRIMER ENCUENTRO FEDERAL

LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO EN EL NUEVO CONTEXTO



Centro Provincial de Convenciones y Eventos de la Ciudad de Posadas
Ruta 12 y acceso al Aeropuerto. Provincia de Misiones
Del 26 al 28 de mayo de 2004

FUNDACIÓN AGENCIA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE MISIONES
Ruta 12, acceso al aeropuerto
E-mail: agenciadesarrollo@ciudad.com.ar

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE MISIONES
Félix de Azara 2045 (3300) Posadas, Misiones

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES (CFI)
San Martín 871 - C1004AAC) - Buenos Aires / Argentina
Tel.: (54 - 11) 4317- 9700 / www.cfired.org.ar

Secretaría de Política Económica de la Nación (SEPyME)
Programa de Fortalecimiento del Mercosur
Sectorial de Asistencia Técnica (PASCT)

Subsecretaría PyMEDER
Empresa y Desarrollo Regional,
Agencias de Desarrollo de Inversión y Producción Local Rosario

ADEMI

PROGRAMA

PRIMER JORNADA: 26 DE MAYO DE 2004

09.00 a 10.00 Inscripciones y acreditaciones

10.00 a 12.00 Apertura:
Presidente de la Fundación Agencia para el Desarrollo Económico de Misiones (AZEDel)
Ing. Luis Arnaldo Jacobo
Subsecretario de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional.
Lic. Federico Poll
Secretario General del CFI, Ing. Juan José Cáceres
Secretario de Política Económica de la Nación, Lic. Oscar Tangelson
Gobernador de la Provincia de Misiones, Ing. Carlos Eduardo Rovira.

Firma de convenios

12.00 a 14.00 Almuerzo

14.00 a 14.30 Presentación de la metodología del encuentro

BLOQUE 1: "Desarrollo de Sistemas Productivos"

14.30 a 16.00
La estructuración de cadenas productivas y la articulación de actores como base y motor de procesos de desarrollo territorial.
Experiencias de promoción de alcance nacional:
Ministerio de Economía y Producción de la Nación
Foros Productivos Regionales (Secretaría de Política Económica de la Nación)
Red de Agencias de Desarrollo Local (SEPYME&CFI)
Consejo Federal de Inversiones
Redes de la Producción Regional

16.00 a 16.30 Intervalo

16.30 a 19.00 Experiencias Internacionales: Brasil (Sobral)
Dra. Daniella Gallegno Mazzoni FORMEZ Centro de Formación y Estudio Italia).
Dr. José Manuel García Vázquez, Galicia (España)
Dr. Alfredo Cesar Dachary. Centro Universitario de la Costa.
Universidad de Guadalajara. Puerto Vallarta, México
Moderador: Ing. Luis A. Jacobo
Preguntas e intervenciones

SEGUNDA JORNADA: 27 DE MAYO DE 2004

3ª PARTE DEL BLOQUE 1: "Desarrollo de Sistemas Productivos"

09.30 a 11.30 Experiencias de alcance provincial, estadual y municipal:
Amparoga – Brasil
Tres experiencias argentinas:
Mendoza
Formosa
Rafaela

Preguntas e intervenciones

11.30 a 12.00 Intervalo

12.00 a 13.00 Integración de las exposiciones y comentarios de cierre de este primer bloque, a cargo de expertos invitados nacionales e internacionales.
13.00 a 14.30 Almuerzo

BLOQUE 2: "Desarrollo de Sistemas Territoriales"

14.00 a 15.00 Avances en la articulación regional:
Nafpl – Brasil
Integración argentino-chilena
Preguntas e intercambio

15.00 a 15.15 Intervalo

15.15 a 16.15 Micro-regiones: análisis de casos
Tres experiencias en distintas provincias argentinas
Región Sur de Río Negro, Chaco y Córdoba.
Preguntas e intercambios

16.15 a 16.30 Intervalo

BLOQUE 3: " El desarrollo regional en el contexto actual."

16.30 a 18.00 Desarrollo Regional. La trayectoria del pensamiento y la acción.
Interrogantes hacia una nueva teoría del Desarrollo Regional
Lic. Bernardo Lischinsky, Coordinador Técnico de la Secretaría de Política Económica de la Nación
Lic. Oscar Madoery, Director Ejecutivo de la Maestría en Desarrollo Local (UAM, UNO, IDR).
Dr. Pablo Costglas, Director del Curso Universitario de Desarrollo Local de la CAECE.

18.00 a 18.30 Ing. Mario Velázquez Cao, Directora de Coordinación (CFI)

TERCERA JORNADA: 28 DE MAYO DE 2004

09.00 a 11.00 Trabajo en talleres:
Se expondrán experiencias regionales y locales resaltando aspectos particulares de su implementación y funcionamiento.
Se analizarán todas las experiencias presentadas, identificando:
Factores positivos. Avances organizativos. Logros alcanzados
Principales dificultades.
Propuestas y recomendaciones para la organización y la acción.

11.00 a 12.00 Redacción de conclusiones

12.00 a 13.00 Lectura de conclusiones y cierre del evento

13.00 a 14.00 Almuerzo de despedida

EVENTO	Promo Desarrollo
DISEÑO	Programa Actividades

PRIMER ENCUENTRO FEDERAL

LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO EN EL NUEVO CONTEXTO



Secretaría de Política Económica de la Nación (MEyP)
Programa de Fortalecimiento del Sistema Nacional de Inversión Pública (FOSIP)

Subsecretaría PyMEyDR
Empresa y Desarrollo Regional, dependiente del Ministerio de Economía y Producción de la Nación

DEL 26 AL 28 DE MAYO DE 2004

ADEMI

EVENTO	Promo Desarrollo
DISEÑO	Caratula

ADEMI

EL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE MISIONES
LA FUNDACIÓN AGENCIA PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE MISIONES
Y EL CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

certifican que

ha participado en el

PRIMER ENCUENTRO FEDERAL
LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO EN EL NUEVO CONTEXTO
EXPERIENCIAS Y PERSPECTIVAS

en carácter de

dictado durante los días 26 al 28 de mayo de 2004, ciudad de Posadas, provincia de Misiones

Ing. Luis A. Jacobo
Presidente
Fundación Agencia para el Desarrollo Económico de Misiones

Ing. Carlos Eduardo Rovira
Gobernador
Provincia de Misiones

Ing. Juan José Ciácera
Secretario General
Consejo Federal de Inversiones

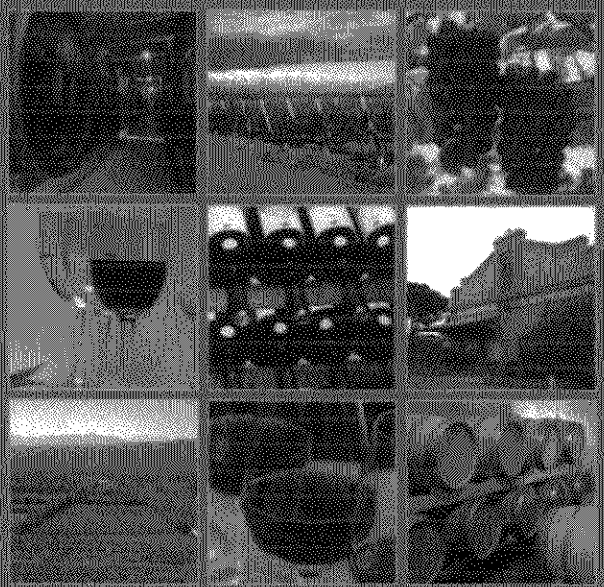
EVENTO	Promo Desarrollo
DISEÑO	Certificado

XXIV MISION

TECNICO - COMERCIAL AL EXTERIOR

SECTOR VITIVINÍCOLA

San Pablo / Brasil / 8 al 14 de Mayo de 2004



20ª Convención y Feria Paulista de Supermercados
10 al 13 de Mayo de 2004

CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES

CFI

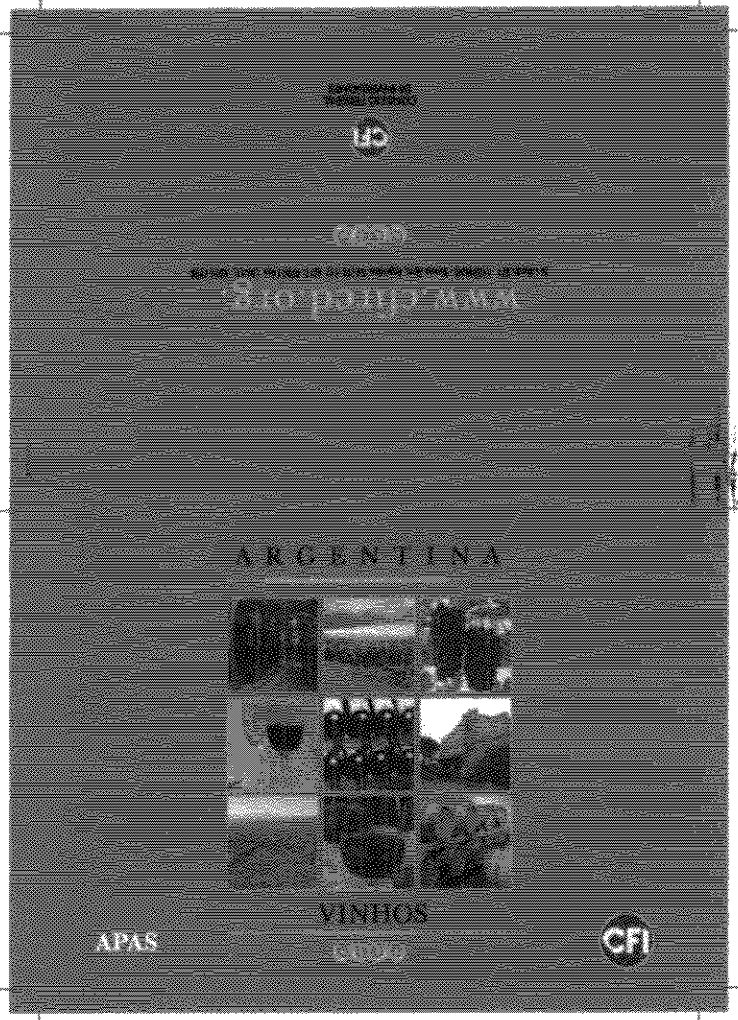
San Martín 871 - C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina
Tel (54 -11) 4317 -0700 / www.cfired.org.ar

EVENTO	APAS
DISEÑO	Afiche 50x70

EVENTO	APAS
DISEÑO	Catalogo Participantes
	Tapas + Hojas interiores

EVENTO
APAS

DISEÑO
Invitación



APRESENTAÇÃO DE VINHOS ARGENTINOS
APAS 2004

Prezado/a senhor/a

O Conselho Federal de Investimentos tem o agrado de convidar sua empresa a visitar o pavilhão argentino, na feira APAS 2004, que terá lugar dos dias 10 a 13 de maio, na cidade de São Paulo.

No decorrer da dita feira, oito empresas vitícolas dos principais regiões produtoras da Argentina apresentarão, pela primeira vez, seus produtos no Brasil.

Aguardando a oportunidade de contar em contato com V.S.ª na APAS 2004, subscrevemo-nos mui atenciosamente.

Data: 10 a 13 de maio de 2004
Local: APAS 2004, Expo Center Norte, Rua José Bernardo Pinto, 333 - Vila Guilherme, São Paulo, Pavilhão Amarelo, stand Nº 58
Horário: de 15:00 a 22:00

Observação: Solicitamos vossa a gentileza de confirmar sua presença a fim de conferencias e envio de convite à Feira.
RSVP: (011) 256-0754 | pigarelli@uol.com.br

ZONAS PRODUTORAS

LOCALIZAÇÃO GERAL

Norte oeste da Argentina, no pé dos Andes - latitude sul entre 22° e 40°.
Segundo país vitivinícola latinoamericano, na Argentina existem três grandes zonas vitícolas:

- **Cuyo** (Mendoza e San Juan)
- **Noroeste** (La Rioja, Salta e Catamarca)
- **Patagônia** (Rio Negro e Neuquén)

CLIMA

Continental, semidesértico, com amplitu térmica anual, precipitações anuais que variam de 150 a 450 mm anuais, com oscilações térmicas que variam entre 15º C e 30º C.
O verão dos Andes determina condições equilibradas de umidade y de ar seco e quente, as precipitações invernais sobre a Cordilheira permitem existir uma reserva d'água para irrigação.

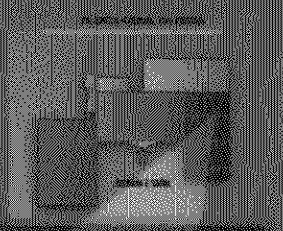
PRODUÇÃO DE VINHO

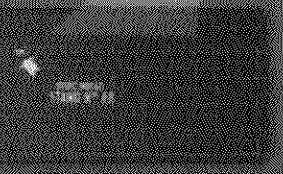
No ano/safra setembro 2021 mil hectares cultivados com vinha para vinificar, com uma produção anual de 12 milhões de hectólitros.

Variedades	Vinhos Tintos	Vinhos Brancos	Vinhos Rosados
Variedades exclusivamente cultivadas na Argentina	31,7	0,2	0,1
Malbec, variedade mais cultivada	21,3	0,2	0,1
Variedades originárias da França	16,9 % do VF	17% do VF	17% do VF
Variedades Italianas	Bonarda, Sangiovese, Nero d'Avola	Torrontés, Pinot Grigio, Viognier, Moscatel	Bonarda, Pinot Grigio

QUALIDADE

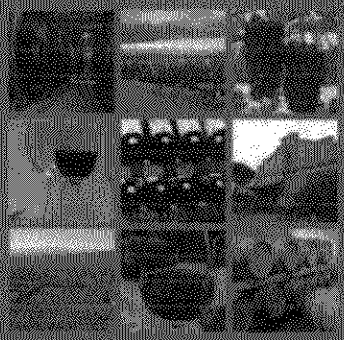
Temperaturas diurnas e noturnas amplas e as escassas precipitações, condições que permitem maturar entre três ou dez graus com grande concentração varietal. 60% da superfície cultivada está irrigada com o sistema de alta qualidade enológica, dos quais 70% correspondem a vinhos tintos e 30% a brancos.





www.cfired.org.ar

ARGENTINA



VINHOS

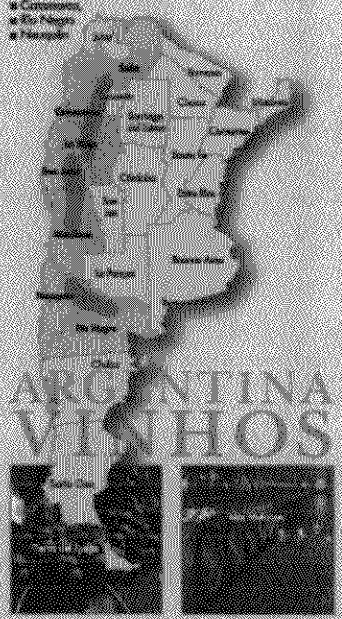
CFI

CONSELHO FEDERAL DE INVESTIMENTOS

REGIÕES VITIVINÍCOLAS DA ARGENTINA

PROVÍNCIAS PRODUTORAS

- Mendoza
- San Juan
- La Rioja
- Salta
- Catamarca
- Rio Negro
- Neuquén



ARGENTINA VINHOS

ZONA CUYO

Províncias de:

- **Mendoza**, Áreas norte, centro, Leste, sul e Vale do Uco.
- **San Juan**, Área centro.

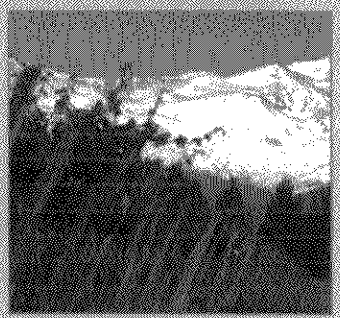
Este é o principal região vitivinícola nacional.

MENDOZA

Destacam-se as regiões mais produtivas do país: **Centro Mayor, Leste, Vale do Uco e Sul**, com altitudes que variam de 500 m a 1.200 m sobre o nível do mar. As variedades mais cultivadas são: as uvas tintas Malbec, Cabernet Sauvignon, Syrah, Merlot, Bonarda e Tempranillo, assim as uvas brancas Moscatel, Chardonnay, Ugni Blanc, Chenin Blanc e Viognier.

SAN JUAN

A vitivinicultura é localizada em três áreas principais: **Vale do Tulum**, os **Vales do Ullum e Zonda**, e o **Vale de Pedernal**, com altitudes que variam de 650 m a 1.200 m sobre o nível do mar. As variedades mais tradicionais são: Malbec, Cabernet Sauvignon, Bonarda, Syrah e Pinot noir de tintas; e Chardonnay, Torrontés, Sauvignon Blanc e Viognier entre as brancas.



ZONA NOROESTE

Províncias de:

- **La Rioja**
- **Salta**
- **Catamarca**

LA RIOJA

A mais vitivinícola localizamse entre os Serras de Velasco e Famatina, a 800 m sobre o nível do mar. As variedades mais cultivadas são: Torrontés, Moscatel, Syrah, Cabernet Sauvignon e Malbec.

SALTA

Cultivam-se a vide nos Vales Calchaquíes, entre 1500 m e 1.800 m sobre o nível do mar. As variedades mais mais cultivadas são: Torrontés, Chardonnay, Chenin, Cabernet Sauvignon e Malbec.

CATAMARCA

A vitivinicultura se desenvolve nos distritos Tinogasta, Fiambalá e Valles, entre 1.300 m e 2.100 m sobre o nível do mar. As variedades tintoreis mais cultivadas são: Torrontés, Syrah e Cabernet Sauvignon.

ZONA PATAGÔNIA

Províncias de:

- **Rio Negro**
- **Neuquén**

RIO NEGRO

Cultivam-se no Alto Vale e Vale Médio do Rio Negro, e no Vale Médio do Rio Colorado.

NEUQUÉN

Cultivam-se a vide no Distrito de Confluência.

Em ambas províncias as variedades que mais se destacam são: as tintas Malbec, Merlot, Syrah, Pinot Noir, Cabernet Sauvignon e Barbera; as brancas Semillon, Sauvignon Blanc, Chenin e Riesling.

EVENTO	APAS
DISEÑO	Folleto (3 versiones)
Español - Inglés - Portugues	

EVENTO	APAS
DISEÑO	Aviso 3 Formatos
Illustrator - Photoshop- Quark	



Vinhos Finos da Argentina na APAS 2004

CONSELHO FEDERAL DE INVESTIMENTOS

O **Conselho Federal de Investimentos (CFI)** apresentará no stand Nº 68 do Pavilhão Vermelho da APAS 2004 com alto adegas de três províncias argentinas.

Nos feiras internacionais mais exigentes do mundo, nos últimos anos, os vinhos argentinos receberam importantes prêmios por sua qualidade. Os consumidores que se orientam para os vinhos do Novo Mundo reconhecem neles um excelente relação qualidade/preço. Este é o resultado do esforço constante dos seus produtores e do aproveitamento das peculiares condições naturais de origem.

A distribuição geográfica das vinhedos e das adegas, nas vales do pré-cordilheira andina do oeste e do centro do país, está localizada entre os paralelos 22º e 40º e entre os 650 e os 1.700 metros de altitude. Consequentes, principalmente, por Cuyo, seguindo em importância a região noroeste (NOA) e a Patagônia norte. Em todas elas existem condições ideais para o desenvolvimento de vinhedos de diferentes espécies. As excelentes particularidades do solo e clima de seus vinhos são produto da conjunção de modernas técnicas de manejo, aliás bondades climáticas (elevado heliofanio, amplidão térmica, escassas precipitações, utilização da água de degelo para rega e baixa umidade relativa) e dos edafológicos.

As principais províncias vitivinícolas são: Mendoza, San Juan, Salta, La Rioja, Catamarca, Río Negro e Neuquén. Elas oferecem uma ampla variedade de vinhos e o cepa considerada emblemática pela comunidade vitivinícola internacional é o Malbec. Poderam-se também outros vinhos de alta gama, com excelente resposta do exigente consumidor internacional, entre os quais se destacam o Bonarda, o Tempranillo, o Cabernet Sauvignon, o Cabernet Franc, o Merlot e o Syrah, entre os tintos e o Torrontés, o Viognier e o Chardonnay, entre os brancos.

O **CFI**, como organismo federal dedicado ao desenvolvimento das províncias argentinas, impulsa o fortalecimento e a expansão das pequenas e médias empresas regionais, conformando uma trama de redes de articulação estáticas na qual se incentivam alianças estratégicas entre os atores privados e públicos. As Mesas Técnico-comerciais no exterior são algumas de suas ferramentas.

Estas Mesas propõem-se a contribuir com a busca de novos mercados para os produtos locais. Em tal sentido, facilitam a informação, o intercâmbio de opiniões e o vínculo entre os empresários argentinos e os operadores externos, atividades que favorecem a identificação de projetos de caráter privado, públicos ou mistos, além do estabelecimento de relações comerciais. Permitem, também, entre outras coisas, capacitar os participantes na utilização de tecnologias de avançada, na aplicação das normas de qualidade, na comercialização e no transporte.

O **CFI** implementa-se em diferentes setores da produção regional e deles participam empresas dos mais variados pontos do país. A presença de funcionários públicos das províncias relacionadas com o setor tem o objetivo de levar a representação das atividades econômicas de cada estado para promovê-las e difundi-las no exterior.

Neste aproveitando, a ensejo do Programa de promoção de vinhos finos das pequenas e médias adegas, o **CFI** acompanha o esforço de um conjunto de empresas vitivinícolas na presentação de seus vinhos finos destinados a ser uma forte presença no mercado externo, e conforme com o apoio do Consulado Argentino em São Paulo.

As alto adegas presentes no stand **Nº 68** do Pavilhão Vermelho, atendidas por seus próprios donos, oferecem em consideração dos presentes seus melhores vinhos e destacam, brevemente, degustações durante o exposição. São elas:

- **Bodega Ciccioli**
  Valles de la Cruz, Provincia de Mendoza.
  www.bodegasciccioli.com
- **Bodegas El Porvenir**
  Cafayate, Provincia de Salta. www.bodegaselporvenir.com.ar
- **Bodegas La Guarda**
  Rawson, Provincia de San Juan. www.bodegaslaguarda.com.ar
- **Bodega y Viñedos Dos Dominios**
  Pirque-Cerro, Provincia de San Juan. www.dosdominios.com.ar
- **Bodega y Viñedos Innocenti**
  Rivadavia, Provincia de Mendoza. www.innocenti.com
- **Bodega y Viñedos Bodilla Hnos. S.A.**
  Pocito, Provincia de San Juan. www.bodegasbodilla.com.ar
- **Casa Montes Bodegas y Viñedos**
  Cafayate, Provincia de Salta. www.casamontes.com.ar
- **San Cristóbal 1892, Viñedos y Bodega**
  Maipú, Provincia de Mendoza. www.sancristobal.com.ar

XXIII MISIÓN

TÉCNICO COMERCIAL AL EXTERIOR

SECTOR PESCA Y ACUICULTURA

Bélgica, Holanda y España / 1 al 12 de mayo de 2004



European Seafood Exposition / 4 al 6 de mayo de 2004 / BRUSELAS - BÉLGICA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

San Martín 871 C1004AAQ · Buenos Aires / Argentina / Tel (54 -11) 4317-0700 / www.cfired.org.ar

EVENTO	Pesca y Acuicultura
DISEÑO	Afiche 50x70

REPUBLICA ARGENTINA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

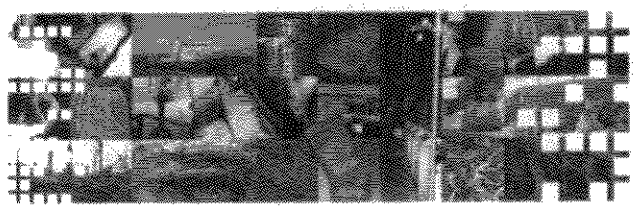
San Martin 871 - C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina
Phone (54 -11) 4317- 0700 / www.cfired.org.ar

EVENTO	Pesca y Acuicultura
DISEÑO	Catalogo de Participantes
Tapas + Interior	

XXIII TECHNICAL TRADE MISSION ABROAD

FISHERY AND AQUACULTURE SECTOR

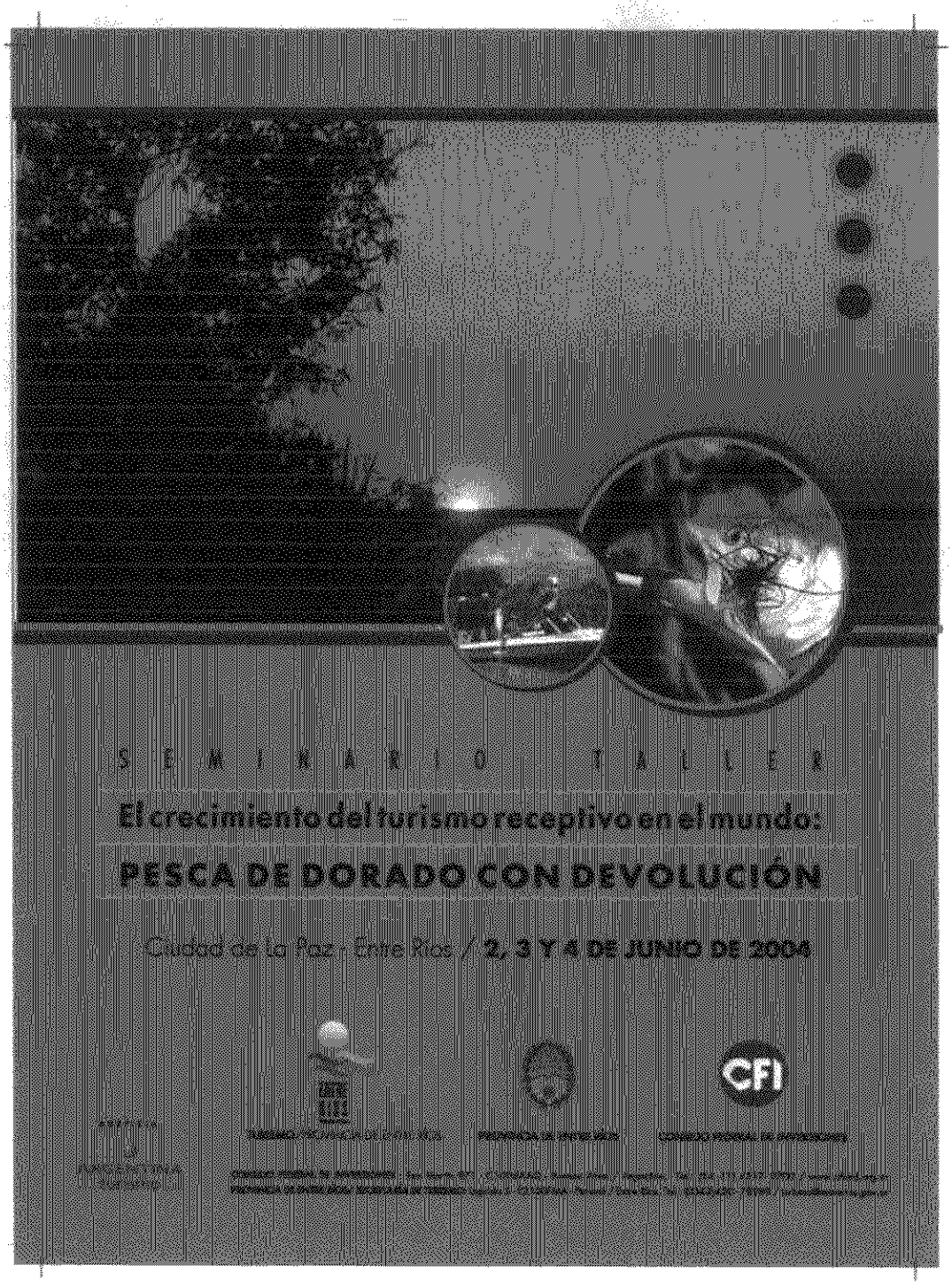
Belgium, Netherlands and Spain / May 1 to 12 2004



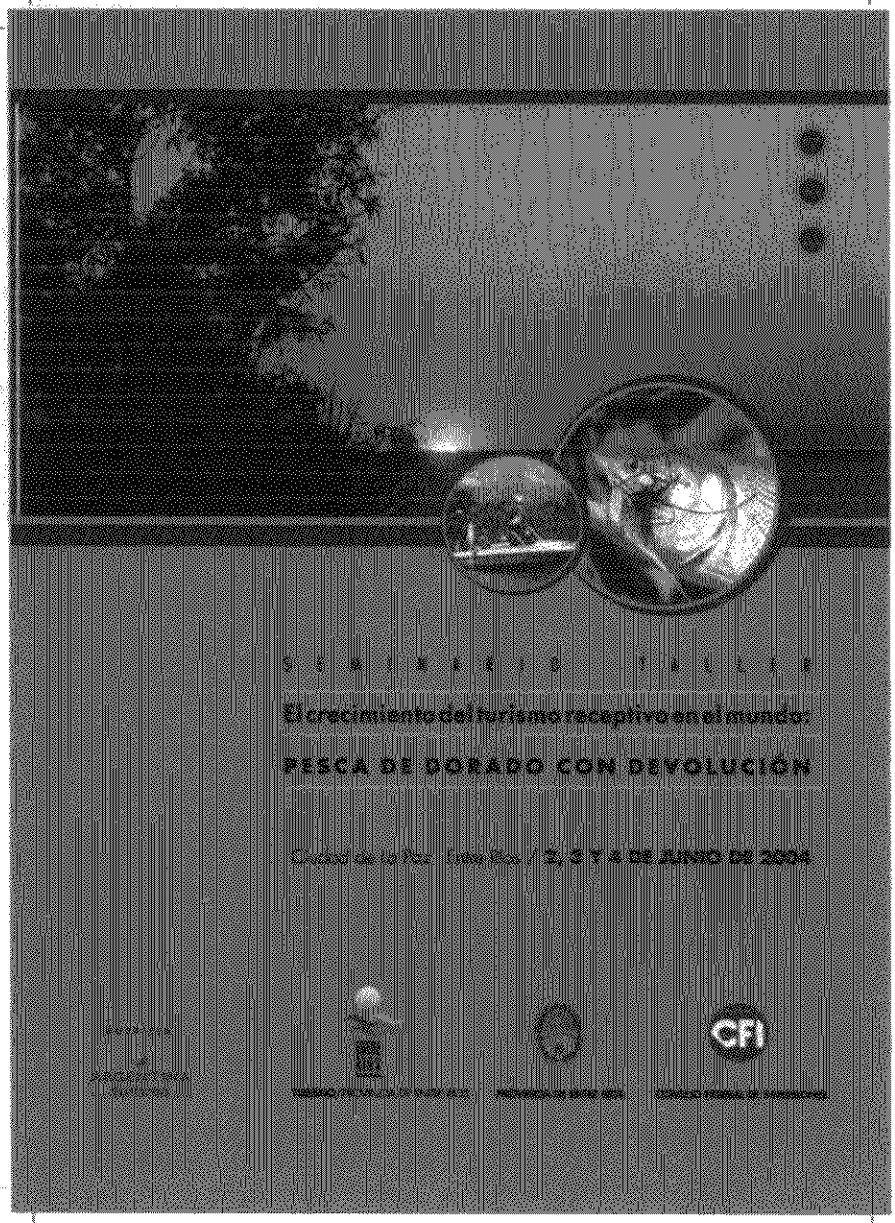
European Seafood Exposition / May 4 to 6 2004 / BRUSSELS, BELGIUM

CATALOG OF PARTICIPATING COMPANIES AND PROVINCES

CFI



EVENTO	Pesca Dorado c/devolucion
DISEÑO	Afiche 50x70



EVENTO	Pesca Dorado c/devolucion
DISEÑO	Caratula

EL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE ENTRE RÍOS Y EL CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

certifican que

ha participado en el

S E M I N A R I O T A L L E R

El crecimiento del turismo receptivo en el mundo:

PESCA DE DORADO CON DEVOLUCIÓN

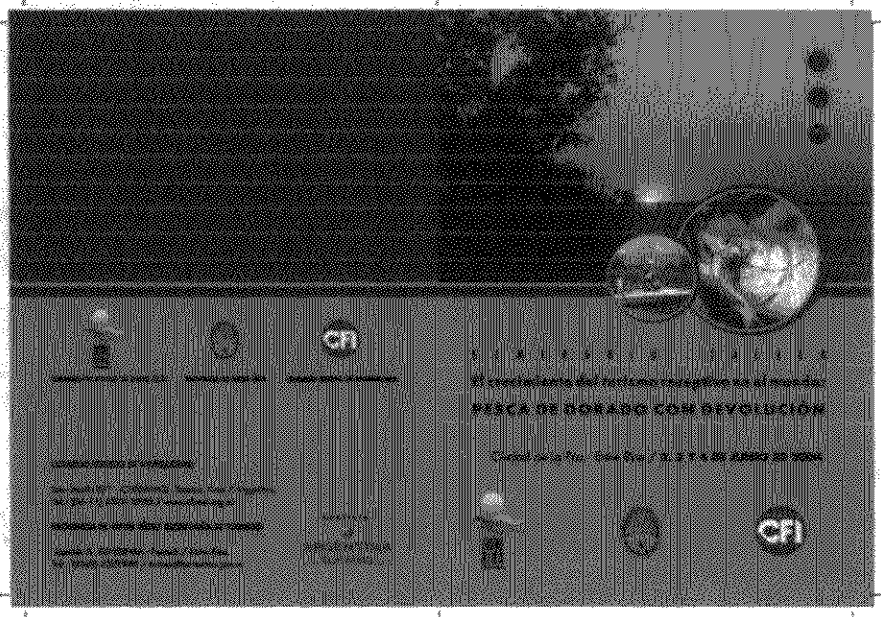
en carácter de

dictado durante los días 2, 3 y 4 de junio de 2004, Ciudad de La Paz - Entre Ríos

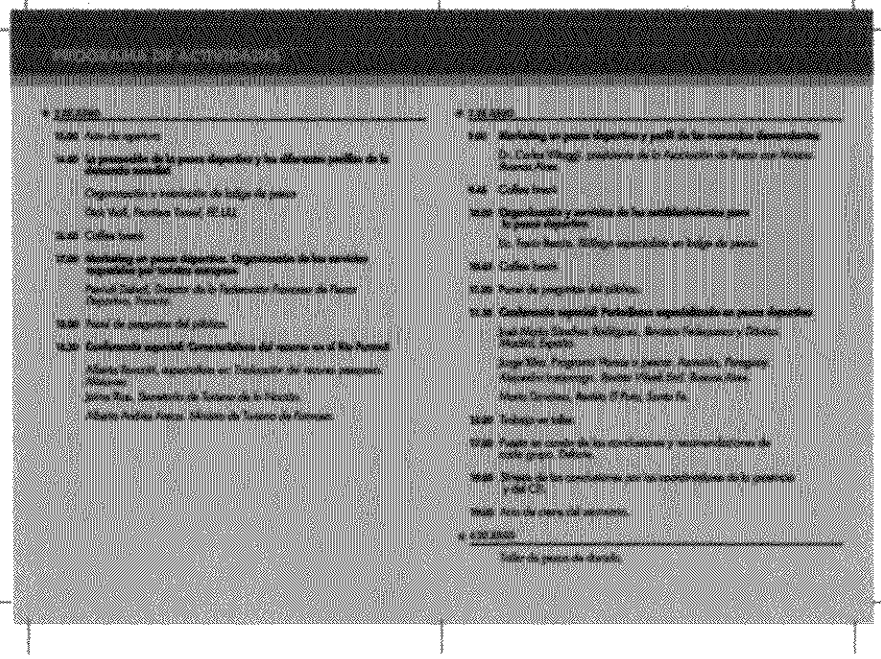
Arq. Adrián Stur
Subsecretaría de Turismo
Provincia de Entre Ríos

Lic. Marta Velázquez Cao
Dirección de Coordinación
Consejo Federal de Inversiones

EVENTO	Pesca Dorado c/devolucion
DISEÑO	Certificado



PESCA DE DORADO CON DEVOLUCIÓN



EVENTO	Pesca Dorado c/devolucion
DISEÑO	Catalogo Actividades

24 de junio al 1 de julio de 2004

San Martín 871 . C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina / Tel (54 -11) 4317- 0700 / www.cfired.org.ar

MISIÓN XXV

TÉCNICO COMERCIAL AL EXTERIOR

SECTOR ALIMENTOS GOURMET Y DIFERENCIADOS

50th Summer Fancy Food Show

NUEVA YORK - EE.UU. / 27AL 29 DE JUNIO DE 2004

EVENTO	Fancy Food
DISEÑO	Afiche 50x70

XXV TECHNICAL TRADE MISSION ABROAD

GOURMET AND SPECIALTY FOOD SECTOR

50th Summer Fancy Food Show



NEW YORK - U.S.A. / JUNE 27 TO 29, 2004

JUNE 24 TO JULY 1, 2004

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES / FEDERAL COUNCIL OF INVESTMENTS
San Martín 871 - C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina
Phone: (54 -11) 4317- 0700 / www.cfired.org.ar

CATALOGUE OF PARTICIPATING COMPANIES

The Federal Council of Investments (CFI) provides technical and financial support to the Argentine provinces through actions leading to promote regional economic activity, assisting many productive sectors and their related services.

Therefore, the CFI encourages the creation of information and investment alliances in response to new current competitiveness conditions. To this end, and in order to build such strategic bonds, it sets up regional production networks and conducts research work on productive links in order to identify the public and private actors involved.

This information allows developing a partnership strategy through various business events. In this sense, the needs of training and cooperation related to product marketing are usually the reason for organizing international business rounds, technical-trade missions abroad, or seminars on international marketing.

Particularly, the XXV Technical-Trade Mission Abroad to participate at the 50th Summer Fancy Food Show in New York is intended to bring a group of Argentine companies close to the US specialty and differentiated food market, as well as to inquire into the opportunities that this market offers to the wide variety of Argentine premium food products.

Throughout its vast territory, Argentina offers a great climate and ecosystem diversity that allows for a wide array of food products. With a great wealth of natural resources and the contribution of different cultural traditions underlying the country's foundations (natives, Spanish, Italian, German, Russian, etc.), Argentina offers a wide array of products and by-products derived from fine fruits; Patagonia trout, deer and lamb; Pre-cordillera wines; Pampa grains and cereals; dulce de leche and different kinds of cheese; a broad range of fruits and vegetables; dried fruit and olive products; Intuitions (green, rosehip and yerba mate tea); and spices and aromatic herbs; among others.

Extensive animal farming still prevails together with many sources of natural water and virtually no use of agrochemicals. Moreover, today Argentina ranks second in organic crop area in the world.

ARGENTINA – PREMIUM QUALITY FOOD FOR THE WORLD

Del Turista S.A.C.I.

PRODUCTS
Branch chocolate, assorted chocolate, marroc chocolate, hazelnut and almond chocolate truffles.
CONTACT INFORMATION
Address: San Martín 252, (8400) Bariloche
Province of Río Negro, Argentine Republic
Phone: 0054 2944 424725
Fax: 0054 2944 422265
COMMERCIAL CONTACT PERSON:
Emilio Basso
emilio@delturista.com.ar
ventas@bariloche.com.ar
www.delturista.com.ar

Estancia del Cerro S.R.L.

PRODUCTS
Sweetened, lemon-flavored mixed yerba mate tea with natural slimming properties
Herb-scented yerba mate tea (digestive)
Sweetened, lemon-flavored mixed yerba mate teabags with natural slimming properties
Herb-scented yerba mate teabags (digestive)
CONTACT INFORMATION
Address: Ruta Nacional Nº 12 - km 1378, (3315) Santa Ana
Province of Misiones, Argentine Republic
Phone /Fax: 0054 3752 42 8081
COMMERCIAL CONTACT PERSON: *Gerardo Luis Calogero*
scalogero@estanciadelcerro.com.ar
gerardo@estanciadelcerro.com.ar
www.estanciadelcerro.com.ar

Kiyen Wiñó

PRODUCTS
Traditional, orange, and mirtrel flavored and chocolate chip cannolitas toffee spread (dulce de leche)
CONTACT INFORMATION
Address: Av. San Martín 240, (6300)
Santa Rosa Province of La Pampa,
Argentine Republic
Phone: 0054 2954 422044
Fax: 0054 2954 450025
COMMERCIAL CONTACT PERSON:
Gabriel E. Cohan
kiyen@kiyenwino.com.ar

Miel de Monte

PRODUCTS
Organic honey from the woodlands
CONTACT INFORMATION
Address: Planta Urbana, (3700) El Sauzalito
Province of Chaco, Argentine Republic
Phone /Fax: 0054 3715 492008
COMMERCIAL CONTACT PERSON: *Enrique Rimondino*
laurabottomdinc@yahoo.com.ar
www.mieldemonte.com

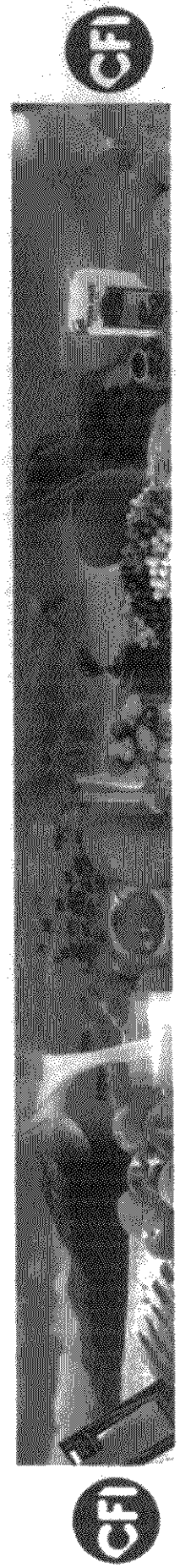
Principal S.A.

PRODUCTS
Green olives (natural, stoneless, stuffed, sliced)
Black olives (natural, stoneless, sliced)
CONTACT INFORMATION
Address: Ruta Nacional 60 - km 4,5 (5310)
Aimogasta
Province of La Rioja, Argentine Republic
Phone /Fax: 0054 3827 420454/ 420111
COMMERCIAL CONTACT PERSON: *Carlos Alberto Balgorria*
principal@arnet.com.ar

Triacell S.A.

PRODUCTS
Gluten-free confectionery and bakery premixes
Gluten-free bread premixes
Gluten-free pizza premixes
Gluten-free sponge-cake premixes
CONTACT INFORMATION
Address: Alsina 45, (6340) Bragado
Province of Buenos Aires, Argentine Republic
Phone /Fax: 0054 2342 422417
COMMERCIAL CONTACT PERSON: *Adela Belén Andújar*
bea@arnet.com.ar

EVENTO	Fancy Food
DISEÑO	Catalogo



EVENTO	Fancy Food
DISEÑO	Cenefa para Stand

SEMINARIO INTERNACIONAL

Sector Forestal

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN LAS INDUSTRIAS FABRICANTES DE

MUEBLES

DE MADERA Y AFINES

SEDE DEL CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

DEL 6 AL 8 DE JULIO DE 2004

CFI

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES. San Martín 871 - C1004AAQ - Ciudad Autónoma de Buenos Aires / Tel. (54-11) 4317-0700 / www.cfired.org.ar

EVENTO	Sector forestal
DISEÑO	Afiche 50x70

SEMINARIO INTERNACIONAL

Sector Forestal

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN LAS INDUSTRIAS FABRICANTES DE

MUEBLES

DE MADERA Y AFINES

DEL 6 AL 8 DE JULIO DE 2004

CFI

EVENTO	Sector forestal
DISEÑO	Caratula

Vicepresidente Presidente Héctor Rodríguez Ballerini

Desde su creación en 1958 hasta el 2003, el grueso de los graduados universitarios en la carrera técnica forestal, de ingeniería industrial, de la Universidad Politécnica de Madrid.

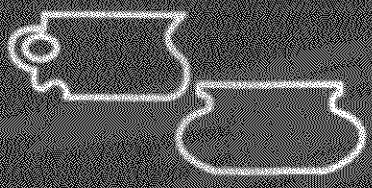
Actividad laboral

- Curso Jefe de Proyectos de Ingeniería y Consultoría de Sistemas de Gestión Tecnológica del Mueble y Afines (AIDIMA) de Valencia, España. Se especializa en sistemas estandarizados.
- Auditor de la implantación de Sistemas de Calidad según la norma ISO 9001 y el sistema de Gestión del Medio Ambiente.
- Asesoramiento en la implantación del Sistema de Calidad en empresas del Sector del Mueble y afines.
- Asesoría en economía, en el Sistema de Calidad y procesos del Sector del Mueble y afines.
- Coordinador de Diagnósticos de Calidad.
- Formación y diseño de cursos y seminarios relacionados con temas de Calidad y Productividad para empresas del sector del mueble, tableros, maderas y afines.
- Director de Diagnósticos en Planes de empresa empresas.
- Creación de viveros para la creación de empresas empresas.
- Creación de viveros para la creación de empresas empresas.
- Realización de Diagnósticos de Procesos Productivos Clase I, para determinar la viabilidad de implantar en el área productiva de diversas empresas del sector de madera, mejora o incorporación de maquinaria, gestión de procesos, distribución de almacenes y optimización de flujos, dentro del marco de diagnósticos sobre temas.
- Responsable de implantación de Sistemas de Gestión Medioambiental según Norma ISO 14001.
- Plan Estratégico Sectorial con Proyectos Consultoría AIDIMA.
- Proyecto "Creación de viveros de empresas en la Comunidad de Castilla-La Mancha (Sur Meseta)".

Formación (diplomas / cursos / seminarios)

- Título Técnico superior en gestión de producción, calidad y tecnología. COMTAS. Escuela Politécnica de Madrid.
- Curso de gestión de la calidad según la norma UNE-EN ISO 9001:2000, impartido por el Instituto de Formación Técnica.
- Curso "Calidad en laboratorios y fundamentos de formación" (40 horas), impartido por Tecnalia.
- Curso de Auditor de Calidad según la norma UNE-EN ISO 9001:2000, impartido por el Instituto Técnico Industrial de Madrid.
- Curso Auditor de Calidad según la norma UNE-EN ISO 9001:2000, impartido por el Instituto Técnico Industrial de Madrid.
- Curso de

EVENTO	Proyecto Vitivinicultura
DISEÑO	Catalogo



SANTA FE LA VIEJA

HACIA SU DECLARACIÓN COMO
PATRIMONIO MUNDIAL DE LA HUMANIDAD

J O R N A D A

20 de julio de 2004. Cayastá / Provincia de Santa Fe

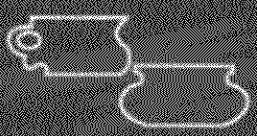
Parque Arqueológico "Ruinas de Santa Fe la Vieja"
Ruta Provincia N° 1, Km. 78 (3001). CAYASTÁ - Provincia de Santa Fe

PROVINCIA DE SANTA FE

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

San Martín 871 - C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina / Tel: (54-11) 4317-0700 / www.cfired.org.ar

EVENTO	Santa Fe La Vieja
DISEÑO	Afiche 50x70



SANTA FE LA VIEJA

HACIA SU DECLARACIÓN COMO

PATRIMONIO MUNDIAL DE LA HUMANIDAD

Jornada 20 de julio de 2004

Cayastá / Provincia de Santa Fe

PROVINCIA DE SANTA FE

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

EVENTO	Santa Fe La Vieja
DISEÑO	Caratula

EL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SANTA FE Y EL CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

certifican que

ha participado en la JORNADA

SANTA FE LA VIEJA

HACIA SU DECLARACIÓN COMO PATRIMONIO MUNDIAL DE LA HUMANIDAD

en carácter de

VIEJA

realizada el día 20 de julio de 2004, Cayastá, provincia de Santa Fe

EVENTO	Santa Fe La Vieja
DISEÑO	Certificado

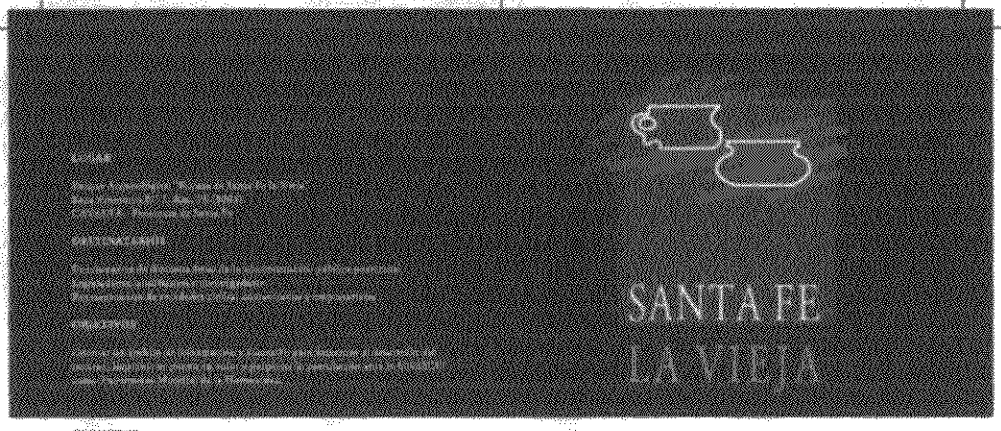
SANTA FE
LA VIEJA

DISEÑO Y GESTIÓN DEL PARQUE ARQUEOLÓGICO RUINAS DE SANTA FE LA VIEJA

PROVINCIA DE SANTA FE

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

EVENTO	Santa Fe La Vieja
DISEÑO	Portada



LUGAR

Museo Etnográfico y Colonial "Brigadier Estanislao López"
Avda. Independencia 1844 - Tel. 0342 - 4550111
Ciudad de Santa Fe de la Vieja

ORGANIZACIÓN

Provincia de Santa Fe de la Vera Cruz - Gobierno provincial
Consejo Federal de Inversiones - Organismo federal
Municipalidad de Santa Fe de la Vieja - Gobierno local y comunidad

OBJETIVOS

- Difundir los valores de la ciudad y el proceso para la declaración de Patrimonio Mundial.
- Generar conciencia en la comunidad local y regional sobre la importancia de la declaración.
- Promover el turismo de la región.

ORGANIZAN

PROVINCIA DE SANTA FE
Casa de Gobierno 1 de Febrero 2649 - CP: 3000 -Santa Fe / Argentina
Tel. (0342) 4506 -700 / www.santafe.gov.ar

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
Tte. Martín 871 - CIUDAD - Buenos Aires / Argentina
Tel. (54 -11) 4317- 6700 / www.cfired.org.ar

HACIA SU DECLARACIÓN COMO PATRIMONIO MUNDIAL DE LA HUMANIDAD

J O R N A D A

20 DE JULIO DE 2004 • CAYASTÁ / PROVINCIA DE SANTA FE

PROVINCIA DE SANTA FE

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Agenda de la Jornada

09.00 Apertura
Lic. Raúl A. Pessoa
Secretario de Cultura de la Provincia de Santa Fe

Ing. Juan José Cúneo
Secretario General del Consejo Federal de Inversiones

Ing. Jorge Alberto Obeid
Gobernador de la Provincia de Santa Fe

10.15 Presentación para la PROPUESTA para la declaración de sus ruinas como Patrimonio Mundial de la Humanidad - Proceso, Significación e Implicancias
Lic. Magdalena Rolfino
Subsecretaria de Cultura de la Nación

10.45 El rol del ICOMOS en la Convención del Patrimonio Mundial
Arq. Carlos Flores
Vicepresidente del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS)

11.15 Coffee Break

11.30 Declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio Mundial de la Humanidad - Valores Puesta Cultural
Dra. Liliana Pellizzi
Diputada Nacional por Jujuy

11.50 Asociación Amigos de Santa Fe la Vieja 30 compromisos con su legado
Sra. María del Carmen Carpineti
Presidente Honoraria Amigos de Santa Fe la Vieja

12.15 Los Bosques y la Conectividad
Ing. Marcelo Elgueta
Presidente Comisión de Cuenca

12.30 Pautas Preservación de la Trama y de la Forma Los Tradicionales en Cayastá
Dr. Ricardo Adolfo Kusilowsky
Presidente de la Asociación Conservacionista de la Primera Hora

13.45 Santa Fe la Vieja: Pasado histórico e significación
Arq. Luis María Calvo
Director del Departamento de Estudios Etnográficos y Coloniales

14.15 Retiros
Cayastá - Reducción de los Quiloazas - Visita a la Iglesia de San Francisco

14.30 Plan de Manejo Santa Fe la Vieja
A cargo del Equipo "Diseño y Gestión del Parque Arqueológico Ruinas de Santa Fe la Vieja - Estrategias para asegurar su sustentabilidad social, económica ambiental y gestión operativa"
y Consejo Federal de Inversiones - Ministerio de Cultura de la Provincia de Santa Fe
Arq. Luis María Calvo
Director del Departamento de Estudios Etnográficos y Coloniales
Arquitectos Luis Muller y Juan Kurrer
Docentes e investigadores de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad Nacional del Litoral

16.15 Coffe Break

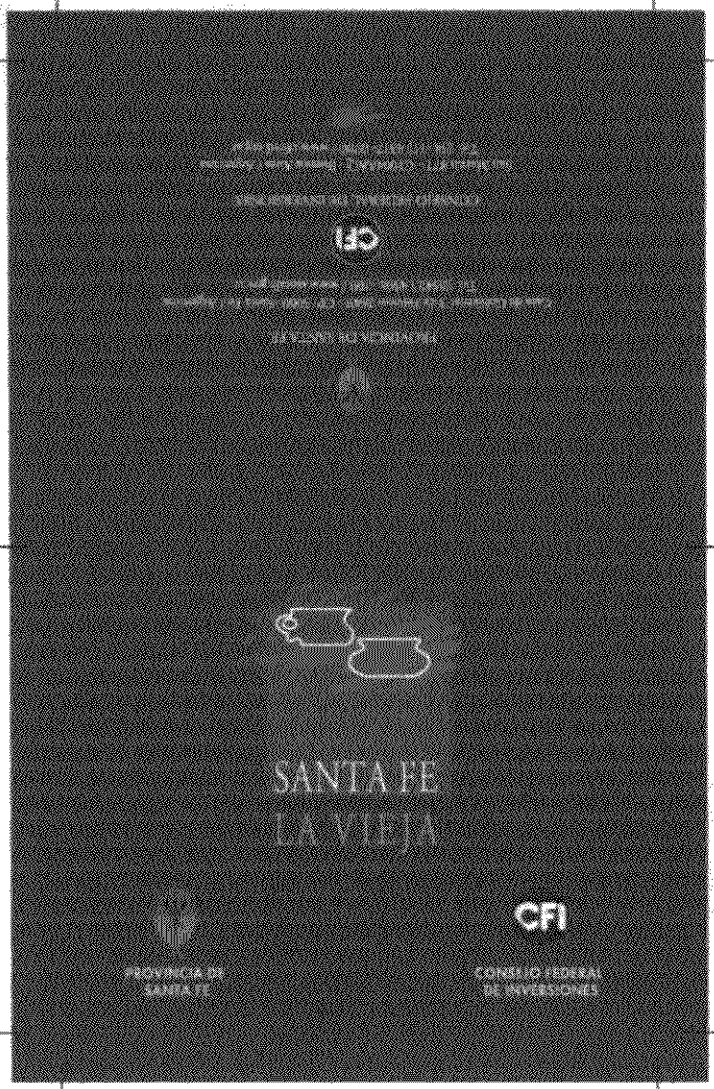
16.30 Lineamientos para el gerenciamiento de la Estancia
Ing. Gustavo Villarreal
Subsecretario de Cultura y Educación
Ministerio de Aguas Servicios de la Provincia de Santa Fe

17.00 La Componente del Parque Provincial Cayastá en Santa Fe la Vieja
Dr. Marcelo Tosonotti
Secretario de Estado de Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Santa Fe

17.30 Santa Fe la Vieja: Su panorama para el turismo cultural
Dr. Miguel José Oliveras
Director Provincial de Turismo - Provincia de Santa Fe

18.00 Cierre

EVENTO	Santa Fe La Vieja
DISEÑO	Programa



SANTA FE LA VIEJA

El Señor Gobernador de la Provincia de Santa Fe
Ing. D. Jorge Alberto Obeid
y
el Señor Secretario General del Consejo Federal de Inversiones
Ing. D. Juan José Cáceres

Invitan a usted a participar de la jornada "Santa Fe la Vieja
hasta su declaración como Patrimonio Mundial de la Humanidad",
el 20 de julio de 2004, en el
Parque Arqueológico "Ruinas de Santa Fe la Vieja" de la
localidad de Cayastá, provincia de Santa Fe

El evento tiene como objetivo generar un ámbito de información y discusión,
para fortalecer el desarrollo del recurso, respetar su puesta en valor y propiciar la
postulación ante la UNESCO como Patrimonio Mundial de la Humanidad.
Contempla la participación de distintas áreas de la administración pública
provincial y nacional, legisladores, académicos e investigadores, y representantes
de entidades civiles, comerciales y empresariales.

Santa Fe, 13 de julio de 2004

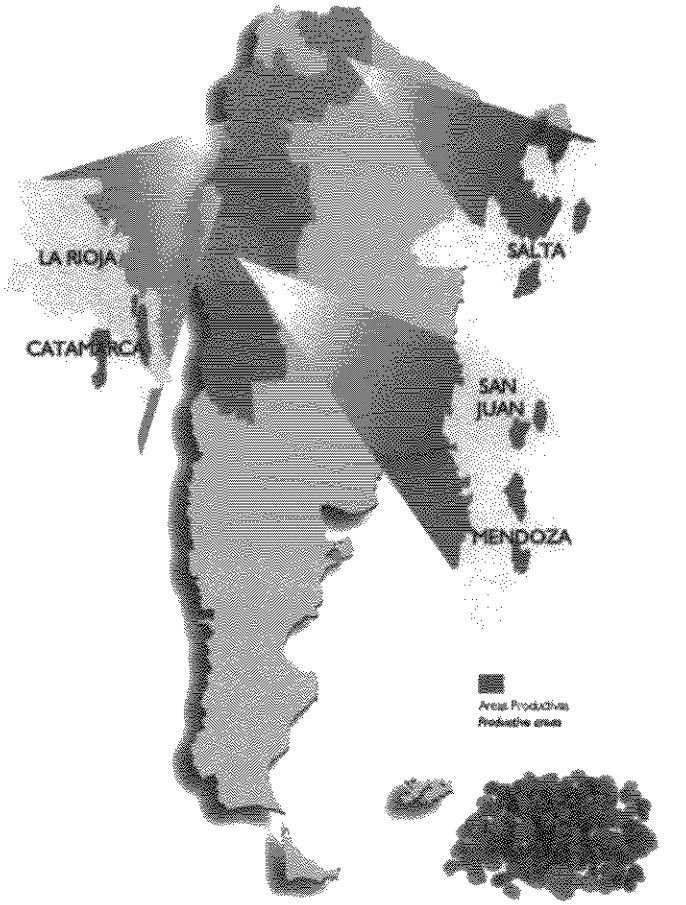
R.S.V.P.
Relaciones Públicas y Comunidad
(0342) 4569943 / 6714 / 6682
mail: comunidad@cfired.com.ar

EVENTO	Santa Fe La Vieja
DISEÑO	Tarjeta

EVENTO	Frutas Argentinas
DISEÑO	Rearmado de Carpeta

EVENTO	Frutas Argentinas
DISEÑO	Rearmado de Carpeta

EVENTO	Frutas Argentinas
DISEÑO	Inserto



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
SAN MARTÍN 871 C1004AAQ - CAPITAL FEDERAL
Tel (54 - 11) 4317- 0700 Fax (54-11) 4315-1238
http:// www.cfired.org.ar

FRUTAS DESECADAS • DRIED FRUITS

Pasas de Uva

Raisins

Consideraciones Generales

La República Argentina ocupa el 10° lugar como país productor de pasas y el 8° como país exportador en volumen, con el 1,5% de participación en el mercado mundial.
En los últimos años, la producción fue de 10.000 t, aproximadamente.
Del total de la producción argentina, San Juan concentra el 95%, del cual cerca de las dos terceras partes se exporta. En esta provincia se ha producido un sostenido incremento desde mediados de los años noventa como resultado del ingreso de nuevas plantaciones en la producción. San Juan cuenta con todas las condiciones naturales -clima, suelo y agua- para aumentar su producción y ofrecer un producto de excelente calidad.
Otras provincias productoras, con iguales potencialidades, son Mendoza, Catamarca, La Rioja y Salta.
Los principales destinos exportables son Estados Unidos y Brasil.
Las empresas que procesan este producto comienzan a implementar distintas normas de calidad para diversificar mercados, entre otras: Certificación Orgánica, HACCP e ISO 9000.
Dependiendo de los mercados de destino, existen preferencias por el secado natural al sol o al horno.
El período de cosecha en la Argentina se extiende de enero a abril.

Overview

Argentina ranks 10th among raisin producing countries, and 8th in terms of exporting volumes, with a 1.5% share in the world market.
In the last years, production was estimated at 10,000 tons.
From the total Argentina's production, San Juan concentrates 95%, of which nearly two thirds are exported. There has been a steady growth in this province since the middle of the 90s, as a result of new plantations. San Juan has all the necessary natural conditions -climate, soil and water, to increase its production and supply a top quality product.
Other producing provinces, with identical potentials, are Mendoza, Catamarca, La Rioja and Salta.
The main export destinations are United States and Brazil.
Companies processing this product are beginning to set different quality assurance standards to diversify markets, such as Organic Certification, HACCP and ISO 9000.
Depending on the destination market, preferences may diverge from the natural sun drying to furnace drying.
The harvest period in Argentina runs from January to April.

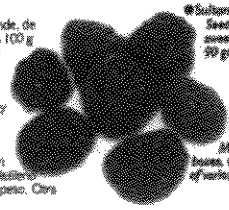
Principales variedades

- Thompson Seedless
  Es una variedad sin semilla, de grano pequeño; una muestra de 100 g contiene, aproximadamente, 200/250 granos. Estas características le dan una gran versatilidad para el uso culinario como así también para el consumo directo.
- Sultana
  Variedad sin semilla, de tamaño grande, de textura muy suave y de sabor dulce; en 100 g se cuentan, aproximadamente, 80 a 90 granos.
- Muscat (Moscatel)
  Esta pasa contiene semilla; su sabor y aroma la convierten en una variedad exquisita para el deleite del paladar.

La mayoría se comercializa en grano, en cajas de 13,6 kg netos con bolsa de polietileno en su interior, o en envases de diverso peso. Otra modalidad es en racimo.

Main varieties

Thompson Seedless
- *It is a small grain variety; a 100 gr. sample contains approximately 200/250 grains. These characteristics give it a great versatility for culinary use and direct consumption.*



- *Sultana*
  Seedless variety, large size, very soft texture and sweet flavor; 100 gr contain approximately 80 to 90 grains.
- *Muscat*
  This is a seed raisin, and its flavor and aroma make this variety a delight to the palate.

Most is marketed in grains, in 13.6 kg net. boxes, with a polyethilene bag inside, or containers of various weights. Another way is in bunch.

En los últimos años las condiciones agroclimáticas imperantes en el oeste argentino generaron atractivos corredores de aptitud agrícola y agroindustrial, lo que produjo, en muchos casos, la reconversión productiva, ante la inexistencia de enfermedades y plagas que justifiquen el uso de productos de síntesis química.

La provincia de Mendoza posee condiciones ecológicas para producir aceite de oliva de excelente calidad, como así mismo aceitunas de mesa, una larga tradición en el sector y óptimos rindes de extracción industrial.

Las provincias de Catamarca y La Rioja tienen nuevos establecimientos, con elevadas inversiones en tecnología y escala económica, aplicadas en las explotaciones. La variedad de aceituna Arauco es la estrella de la aceituna de mesa en La Rioja. En Catamarca se establecen industrias procesadoras para la elaboración de aceites de oliva extra virgen, y las cámaras de productores trabajan para establecer una Denominación de origen, merced a las particulares condiciones climáticas y ecológicas.

En Córdoba la producción se concentra en Cruz del Eje, zona donde la ecología, la antigüedad de las plantaciones y la estructura de manejo permiten que los establecimientos obtengan la certificación orgánica de las principales empresas certificadoras. Es relevante el particular sabor del aceite de oliva local. La latitud del lugar determina que la oferta de aceituna sea la más temprana del país.

La provincia de Buenos Aires concentra varios establecimientos procesadores, comercializadores y distribuidores de aceitunas. Posee escasa superficie implantada y corresponde a una sola empresa la elaboración de aceite de oliva orgánico certificado, el cual se destina a exportación.

Las principales variedades implantadas en todo el país son: Arauco, Arbequina, Empeltre, Frantoio, Picual, Farga y Manzanil

In San Juan, the agroclimatic conditions prevailing in the region produce fruits with a high content of fatty acids and fruity aromas, which in many cases makes organic certification possible, due to the lack of diseases or plagues which account for the use of chemicals.

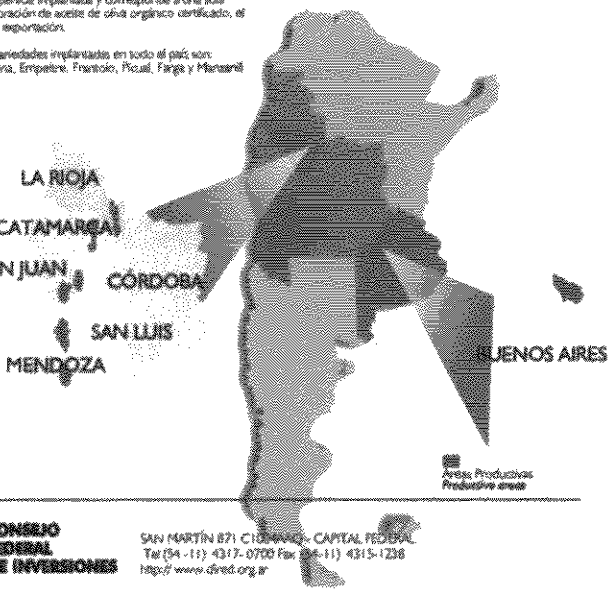
The province of Mendoza has ecological conditions to produce first class olive oil, as well as table olives, and an excellent yield in industrial extraction.

The provinces of Catamarca and La Rioja have new large-scale plants, heavily investing in technology. The Arauco variety olive is the star among La Rioja's table olives. In Catamarca industrial plants are being established to process extra virgin olive oils, and farmer Boards are working to set the Denomination of Origin, due to the particular climatic and ecological conditions.

In Córdoba, production is concentrated in Cruz del Eje, a region where ecology, the plantations age, and management structure enable establishments to obtain the organic certification by the main certification agencies. The particular flavor of the local olive oil is outstanding. The latitude of this region brings about the earliest olive supply in the country.

The province of Buenos Aires concentrates several olive processing plants, traders and distributors. The planted area is small, corresponding to only one company processing certified organic olive oil, which is exported.

The main grown varieties throughout the country are: Arauco, Arbequina, Empeltre, Frantoio, Picual, Farga and Manzanilla.



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
SAN MARTÍN 871 C1038AAQ - CAPITAL FEDERAL
Tel (54-11) 4317-0700 Fax (54-11) 4315-1238
http://www.cfired.org.ar

EVENTO	Frutas Argentinas
DISEÑO	Inserto



Olivo-Olivo Oil

Consideraciones Generales

La Argentina es el 8° productor mundial de aceitunas y el segundo en América, luego de EE.UU., y su producción representa alrededor del 4% del total mundial.

La superficie implantada con olivos se aproxima a 75.000 ha. Las principales provincias productoras, en orden de importancia, son: Catamarca, La Rioja, Mendoza, San Juan, Córdoba y Buenos Aires. Del total, el 65% corresponde a variedades aceiteras y el resto a variedades para consumo o doble propósito.

La industria nacional de aceite de oliva está distribuida de la siguiente forma: el 60% se encuentra en la provincia de Mendoza, el 15% en La Rioja, el 10% en San Juan, y el 9% en Córdoba, mientras que las provincias de Buenos Aires, Catamarca y San Luis poseen 2% cada una.

La capacidad instalada es de 62.000 t anuales, considerando un período de cosecha de 120 días y un rendimiento del 20% de aceite.

La industria obtiene elevados niveles de extracción en aceite de oliva. En la última década hubo un fuerte impulso del sector con la instalación de nuevas fábricas y la incorporación de tecnología en la producción primaria.

El aceite de oliva se exporta a granel y en envases de 250 cc, 500 cc y 750 cc, en las categorías de extra virgen, virgen y puro, principalmente a Brasil y, en menor medida, a Estados Unidos, Unión Europea y Japón.

Las principales zonas de producción de aceitunas de mesa se localizan en las provincias de Mendoza, La Rioja, San Juan y Córdoba.

Cerca de cinco empresas elaboran casi el 70% de la producción nacional, con materia prima que, en su mayoría, adquieren directamente a grandes productores o a terceros.
Son comercializadas como aceitunas verdes en salmuera (el 80%), aceitunas negras, en rodajas y pasta de aceitunas, en recipientes de 250 g, 300 g y 500 g, tanto de vidrio como de plástico. Del total exportado, el 80% se destina a Brasil y, el resto, principalmente a Japón, Uruguay y Estados Unidos.

Existen también pequeñas y medianas empresas, ubicadas principalmente en La Rioja y Mendoza, que elaboran más de 20 productos distintos, como aceitunas griegas con especias en aceite de oliva, en sal gruesa y aceitunas pasa, empleando la más moderna tecnología en elaboración y sistemas de calidad alimentaria.

Overview

Argentina is the 8th world olive producer, and the 2nd in America, following U.S.A., its production representing around 4% of the world's total.

There are around 75,000 ha planted with olives. The main producing provinces are, in this order: Catamarca, La Rioja, Mendoza, San Juan, Córdoba and Buenos Aires. Of the total, 65% correspond to oil varieties, and the rest to canning or double purpose varieties.

Argentine olive oil industry is distributed as follows: 60% is located in the province of Mendoza, 15% in La Rioja; 10% in San Juan, and 9% in Córdoba, while Buenos Aires, Catamarca and San Luis each have a share of 2%.

Plant capacity is 62,000 tons per year, on the basis of a 120-day harvest and a yield of 20% of oil.

This industry has high extraction levels of olive oil. In the last decade new plants strongly boosted the sector together with the incorporation of technology to the primary production.

Olive oil is exported in bulk and in 250 cc, 500 cc and 750cc bottles or cans, in the extra virgin, virgin and pure categories. The main destination is Brazil, and in lesser amounts United States, European Union and Japan.

The major table olive production areas are located in the provinces of Mendoza, La Rioja, San Juan and Córdoba.

Nearly five companies process 70% of the total domestic production, with the produce they buy directly from big farmers or from third parties.

The products marketed are: green olives in brine (80%), stuffed olives, sliced and olives in paste, in 250 gr., 300 gr., and 500 gr. glass or plastic containers. Of the total exports, 80% goes to Brazil, and the rest mainly to Japan, Uruguay and United States.

There are also small and medium-sized enterprises, located mainly in La Rioja and Mendoza, processing over 20 different products, such as spiced Greek olives in olive oil, in salt and dried olives, using state of the art technology applied to food processing and quality systems.





Ajo
Garlic

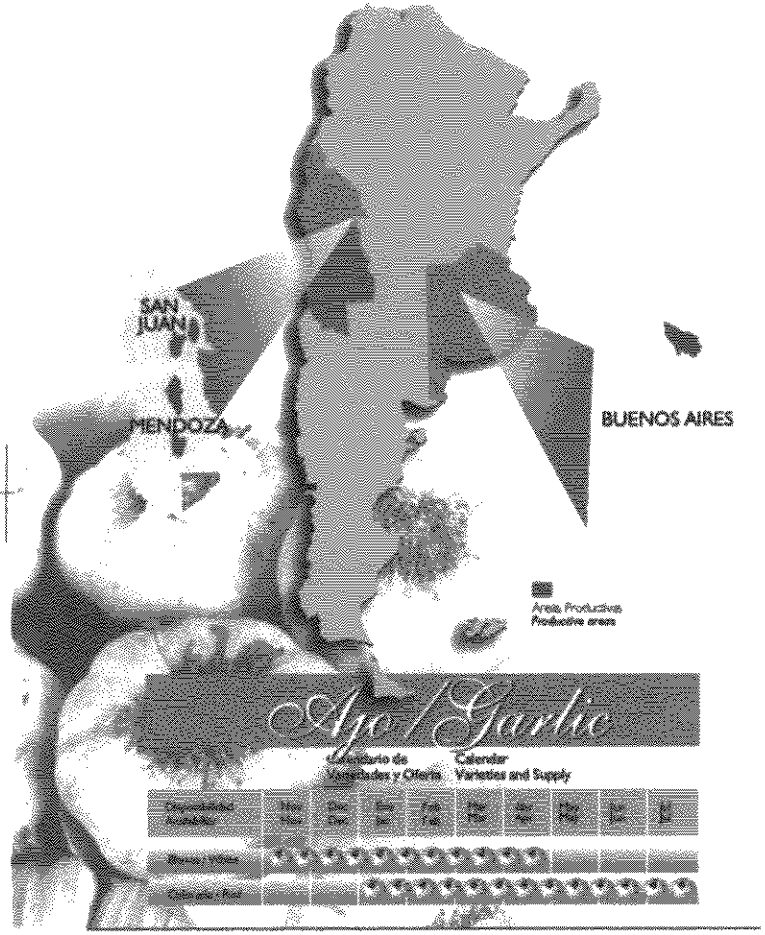
Consideraciones Generales

La República Argentina es un importante productor y exportador de ajo.
Destina al mercado internacional el 70% de su producción, y es el segundo exportador mundial de esta hortaliza. Se cultivan diversas variedades de ajos colorados y blancos; los primeros se caracterizan por su sabor fuerte, mientras que los segundos presentan un sabor más suave y delicado. Los cultivos están básicamente orientados a la obtención de ajo para consumo en fresco, de los calibres requeridos por el mercado. También se produce ajo pelado al vacío, en pasta, deshidratado y se elaboran excelentes aceites de oliva saborizados con ajo.
La producción argentina de ajo es de alrededor de 140.000 toneladas anuales.
De esta total, el 84% se destina al consumo en fresco, tanto en el mercado doméstico como en el externo; el 13% se destina a "semilla" y, el 3% restante, a la industria.
Debido a las distintas variedades cultivadas y a las propias características del producto, la oferta de ajo en el mercado doméstico es constante durante todo el año. La época de cosecha coincide con la de mayor oferta para exportación, y se extiende desde noviembre hasta principios de febrero.
El país cuenta con vastas zonas aptas para la producción de ajo; sin embargo, más del 70% de la superficie cultivada y del 80% de la producción, se encuentran en las provincias de Mendoza y San Juan donde, al pie de Los Andes y con condiciones agroecológicas excepcionales, se obtiene un producto de excelente calidad, tanto en su aspecto como en sus características organolépticas.
La superficie cultivada en el país es de alrededor de 15.000 ha, distribuidas, principalmente, en las provincias de Mendoza, San Juan y Buenos Aires. Se estima una cantidad de 2500 productores, lo que indica que el tamaño medio de las explotaciones es de 6 ha. El 10% de los productores cuenta con plantas de empaque propias, en tanto que el resto tercieriza el proceso de empaque y distribución.
El sistema de comercialización hacia mercados externos es simple: el productor vende o consigna a galpones de empaque. Algunos de estos galpones de empaque exportan en forma directa y otros venden la producción a empresas exportadoras. Los principales destinos de las exportaciones argentinas de ajo son Brasil, Estados Unidos y la Unión Europea, especialmente Francia.
La Argentina cuenta con una amplia disponibilidad de tierras aptas y mano de obra calificada para la producción de ajo, lo que permitiría el incremento de la oferta si el mercado así lo requiriera.

Overview

The Argentine Republic is a leading garlic producer and exporter. 70% of its production is exported, and it is the second world exporter. Different red and white varieties are grown. The former is hot, spicy flavored while the latter has a more mild and delicate flavor. Crops are mainly oriented to fresh consumption, with sizes demanded by the market. Vacuum-packed peeled, paste and dehydrated garlic is produced, as well as top garlic flavored olive oils.
Argentina's garlic production is estimated at 140,000 tons per year. Of this total, 84% goes to fresh consumption, both in the domestic and world markets; 13% goes to "seed", and the remaining 3% to industry.
Due to the different varieties grown and the typical features of this product, garlic supply to the domestic market is constant all the year round. Harvest time coincides with the large export supply, and begins in November and finishes at the end of February.
The country has extensive areas suitable for garlic production. Yet over 70% of the cultivated area and more than 80% of the production are in the provinces of Mendoza and San Juan. Located at the foothills of the Andes, and with exceptional agroecological conditions, it yields an excellent product, both in appearance and organoleptic quality.
The cultivated area is estimated at 15,000 ha, distributed mainly among the provinces of Mendoza, San Juan and Buenos Aires. The number of producers is estimated at 2,500, which shows that an average farm size is 6 ha. Ten percent of the farmers have packing facilities of their own, while the rest outsources the packing and selection process.
Marketing in foreign markets is simple. Farmers sell or consign to packing houses. Some of these packing houses export directly, others sell to exporting companies.
The main destinations for the Argentinian garlic exports are Brazil, United States and the European Union, especially France.
Argentina has a wide availability of suitable lands and manpower for garlic production, therefore supply can be increased to meet market demands.





CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
SAN MARTÍN 871 C1004AAQ - CAPITAL FEDERAL
Tel (54-11) 4317-0700 Fax (54-11) 4315-1238
http:// www.cfired.org.ar

EVENTO | Frutas Argentinas
DISEÑO | Inserto

EVENTO	Frutas Argentinas
DISEÑO	Afiche en RUSO

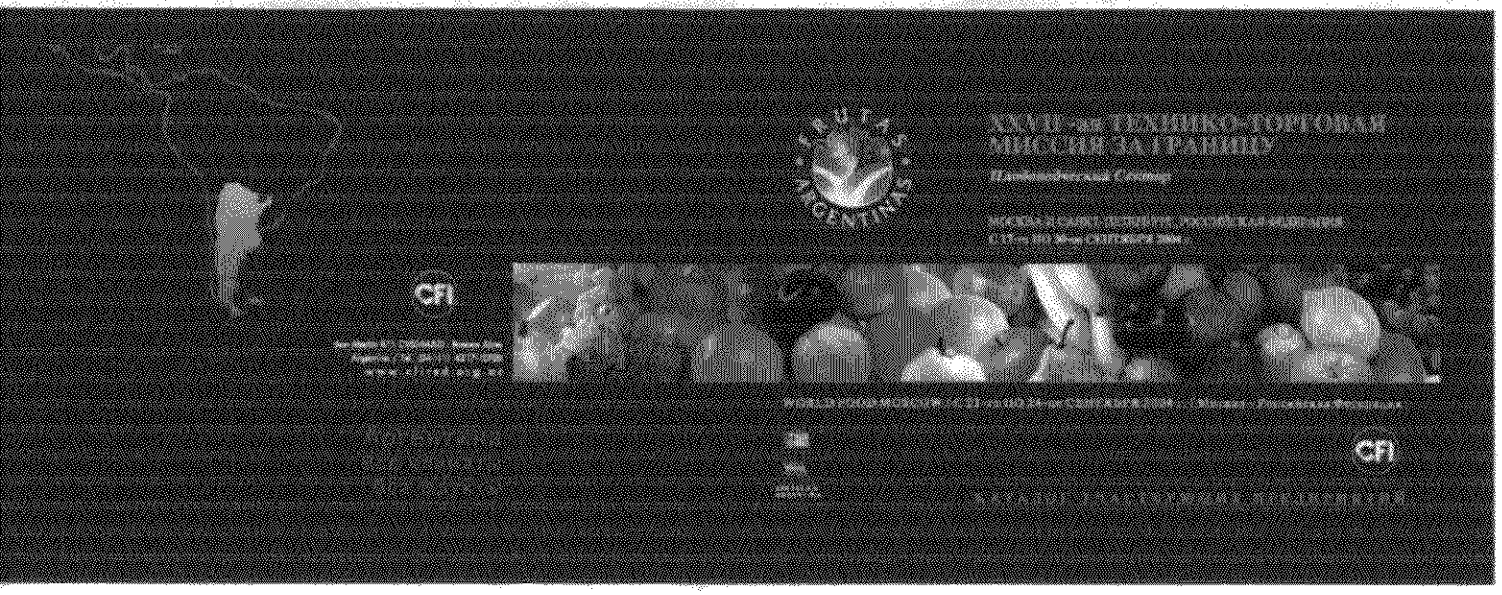
Argentina
All climates
All fruits

Аргентина
Все климаты
Все фрукты

Argentina
Todos los climas
Todas las frutas



EVENTO	Frutas Argentinas
DISEÑO	Deco Stand



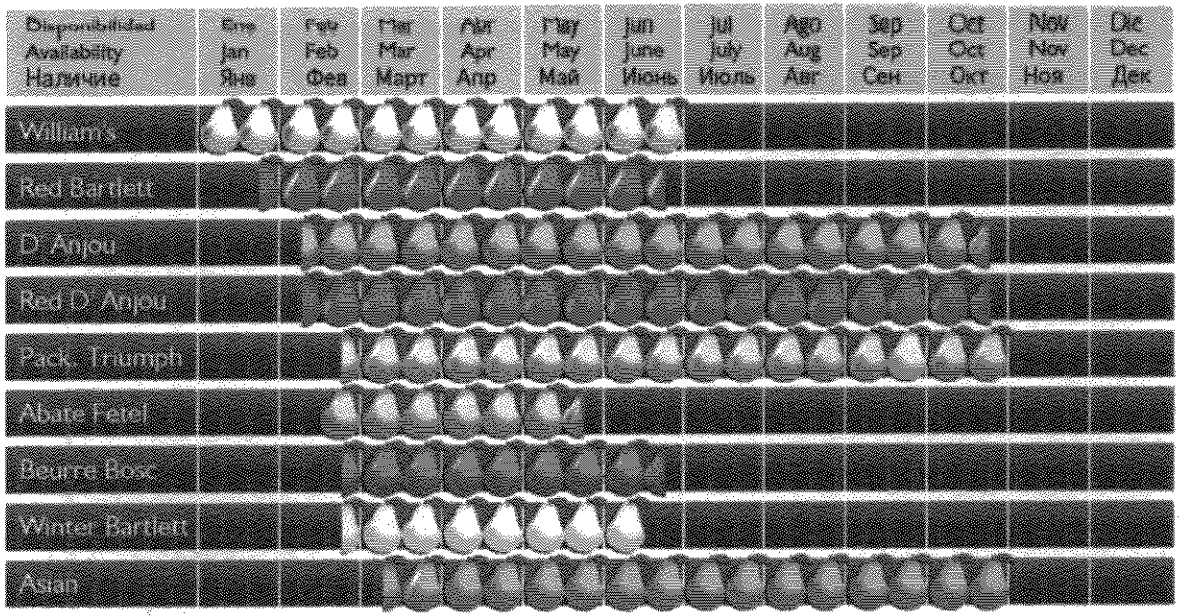
EVENTO	Frutas Argentinas
DISEÑO	Catalogo RUSO

Pera / Pear / ГРУША

Calendario de Variedades y Oferta

Calendar of Varieties and Supply

Календарь Сортов и Предложения



Nota: Según el clima de la temporada, la fecha de maduración de la pera puede tener una a dos semanas de diferencia entre las regiones productoras. Las primeras son, normalmente, en la región de Cuyo, aunque con menores volúmenes.

Note: Depending on the climate for the season, there might be a one or two-week difference in the pear ripening period between both regions. The first fruits are usually found in the Cuyo region, although the volume is lower.

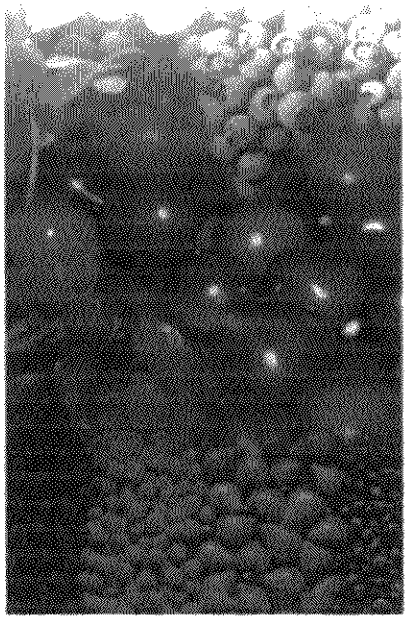
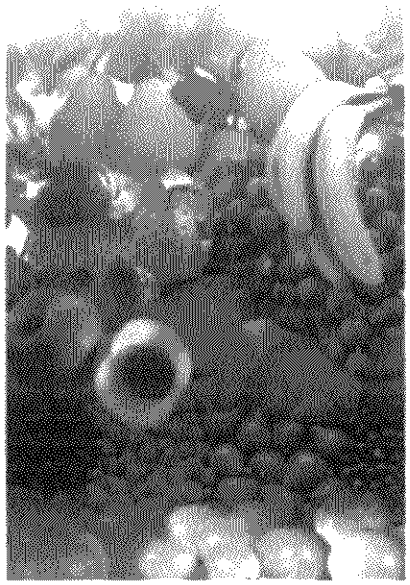
Примечание: В зависимости от сезонного климата, время созревания груш может варьировать от одной до двух недель между обеими производственными регионами. Ранние сорта обычно появляются в Куюском Регионе, хотя в меньшем объёме.

EVENTO	Frutas Argentinas
DISEÑO	Calendario RUSO/INGLES

EVENTO	Frutas Argentinas
DISEÑO	Carpeta RUSO/INGLES





EVENTO	Frutas Argentinas
DISEÑO	Deco Stand

Manzana

ЯБЛОКО

Consideraciones generales

La Argentina integra, históricamente, el grupo de los 10 principales países exportadores de manzana del mundo y ocupa el primer lugar dentro de los del Hemisferio Sur.

Durante los últimos 10 años no se han producido grandes variaciones en lo que hace a su superficie de producción, pero sí en cuanto a la renovación de montes, para adecuarlos a la demanda de los mercados mundiales.

Las zonas productoras cuentan con una gran infraestructura y moderna tecnología, lo que les permite abastecer durante casi todo el año los mercados más exigentes del mundo, especialmente la Unión Europea y países del NAFTA, como así también los países integrantes del Mercosur.

La zona productora por excelencia es la del Valle del Río Negro en la Patagonia Argentina, y completa la oferta nacional la Región Cuyana.

La producción de manzana argentina en estado fresco presenta la particularidad de aparecer en contraestación respecto de la del Hemisferio Norte.

Caracteristicas de las regiones productivas

- **Patagonia Argentina**

En esta vasta región de nuestro país, la producción de manzana se concentra en el valle fluvial del Río Negro y en menor medida, en las márgenes irrigadas del Río Neuquén -provincias de Río Negro y del Neuquén. La región aporta el 70% de la producción nacional y el 90% de las exportaciones, de las cuales el 50% tienen como destino la Unión Europea.

Este valle comienza en las cercanías de la Cordillera de los Andes, atraviesa casi toda la región patagónica (de oeste a este) y concluye en las proximidades del Océano Atlántico y llega en toda su extensión, manzanas de excelente calidad debido a los inmejorables recursos climáticos y edáficos de la zona, que la hacen una de las más aptas del mundo para el cultivo de esta fruta.

La mayoría de las empresas exportadoras tienen asiento en la región del valle, donde han realizado importantes inversiones para el mejoramiento de la infraestructura logística y productiva.

Общие сведения

Аргентина исторически входит в состав группы из 10 стран - главных экспортёров яблок в мире, и занимает также первое место среди экспортёров Южного полушария.

В последние 10 лет не было значительных перемен относительно площади возделывания этой культуры, но они касались и обновления производственных садов, осуществляемого для того, чтобы приспособить их продукцию к требованиям мировых рынков.

Производственные зоны оснащены качественной инфраструктурой и современной техникой, что позволяет им обеспечивать на протяжении почти всего года самые требовательные рынки мира, в особенности Европейского Союза и стран НАФТА, а также стран-членов Меркосура.

Ключевой производственной зоной является долина Валье-дель-Рио-Негро в аргентинской Патагонии, а дополняет национальное производство Куюнский Регион.

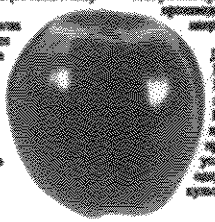
Производство аргентинских яблок в виде свежего фрукта характеризуется тем, что его продукция поставляется в противоположные времена года относительно Северного полушария.

Характеристики производственных регионов

- **Патагонский Регион**

В этом обширном районе нашей страны производятся яблоки сосредоточено в речной долине реки Рио-Негро и, в меньшей степени, на орошаемых берегах реки Неукен, крупнейшей по притокам Рио-Негро в Неукен. На этот регион приходится 70% национального производства и 90% его экспорта, 50% которого направляется в Европейский Союз.

Долина берёт свой начало у подножия Кордильер Анд и пролегает почти весь Патагонский Регион (с запада на восток), заканчивая у Атлантического Океана. На всей её территории производятся яблоки отличного качества, благодаря природным климатическим и почвенным условиям этой зоны, характерным об'ю одну из самых пригодных в мире для культивирования этого фрукта.



• Royal Gala
De color rojo brillante rayado en la superficie y de fondo amarillo anaranjado, de tamaño mediano a medianamente pequeño. Su textura es fina y su consistencia crujiente y firme. Su sabor dulce a dulce acidulado. Es poco jugosa.
Presenta conservación frigorífica media (aproximadamente 4 meses).
Es resistente al transporte. Se recomienda su consumo en fresco.
Su cosecha es alrededor de la segunda quincena de febrero.

• Red Star o Red Stardelicious
Color de superficie liso, rojo oscuro, normalmente no presenta color de fondo, de tamaño medianamente grande a grande. Su textura es fina y su consistencia crujiente y firme. Su sabor es dulce y es jugosa. Presenta buena conservación frigorífica. Es resistente al transporte.
Se recomienda para consumo en fresco y jugo.
Se cosecha en la última semana de febrero.

• Red Chief
De color rojo con rayas finas rojo más intenso. Se puede decir que es un mejoramiento de la Red Delicius. De tamaño mediano. Su textura es fina y su consistencia crujiente, firme y quebradiza. Su sabor es dulce y es jugosa.
Presenta excelente conservación frigorífica. Es resistente al transporte.
Se cosecha a partir de la tercera semana de febrero.

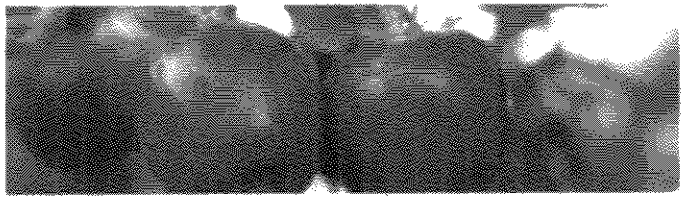
• Top Red Cluster 28
De color rojo con rayas finas rojo más intenso. Se puede decir que es un mejoramiento de la Red Delicius. De tamaño mediano. Su textura es fina y su consistencia crujiente, firme y quebradiza. Su sabor es dulce y es jugosa.
Presenta excelente conservación frigorífica. Es resistente al transporte.
Se cosecha a partir de la tercera semana de febrero.

• King Daniel
De color liso rojo oscuro y fondo amarillo, de tamaño mediano, de textura fina y consistencia crujiente y quebradiza, de sabor ácido y jugosa.
Presenta buena conservación frigorífica. Es resistente al transporte.
Apta para ambas cultivarias y excelente para la elaboración de jalea.
Su cosecha se produce durante la primera quincena de febrero.

• Rome Beauty
Su piel es de color rojo intenso. Tamaño medianamente grande y textura firme y crujiente. Buena conservación frigorífica y resistente al transporte. Se recomienda su consumo en tartas y postres.
Su cosecha es a partir de la primera quincena de marzo.

• Pacific Gala
Жёлто-оранжевой окраски с ярко-красными мазками в полосах, размером от среднего до немногими малого. Тонкой текстуры и хрусткий, плотной консистенции. Вкус от сладкого до кисло-сладкого. Маложусный. Сохраняется в рефрижераторах сравнительно немного (приблизительно 4 месяца). Хорошо переносит транспортировку. Рекомендуется употреблять в сыром виде.
Урожай начинается приблизительно во второй половине февраля.

• Red Crisp или Red Chieftain
Имеет разнообразный, чёрно-красный, обычно без окраски, размеры от среднего крупного до крупного. Тонкой текстуры и хрусткий, плотной консистенции. Вкус сладкий, сочный. Хорошо сохраняется в рефрижераторах. Хорошо переносит транспортировку. Рекомендуется употреблять в сыром виде и как сок.
Урожай снимают в последнюю неделю февраля.



• Top Red Cluster 28
Красной окраски с более ярко-красными мазками и полосами. Можно сказать, что является улучшенным вариантом Red Delicious. Среднего размера. Его текстура тонкая, с плотными хрустящей, плотной и ломающейся.
Вкус сладкий, сочный.
Отлично сохраняется в рефрижераторах. Хорошо переносит транспортировку.
Урожай снимают начиная с третьей недели февраля.

• King Daniel
Жёлтой окраски с тёмно-красными размазанными мазками, среднего размера, тонкой текстуры и хрусткий, рассыпающейся консистенции, кислого вкуса и сочный.
Хорошо сохраняется в рефрижераторах. Устойчив к транспортировке.
Пригодный для использования в кулинарии и производный для приготовления джема.
Урожай снимают в первую половину февраля.

• Rome Beauty
Ярко-красной окраски. Размер сравнительно крупный, с текстурой плотной и хрусткой. Хорошо сохраняется в рефрижераторах и устойчив к транспортировке.
Рекомендуется использовать его для приготовления пирогов и сладких блюд.
Урожай снимают начиная с первой половины марта.

SAN MARTÍN 871 CUNUMAQ - CAPITAL FEDERAL - ARGENTINA Tel. (54-11) 4317-6700 Fax (54-11) 4815-1338 www.cunumaq.com.ar

EVENTO
DISEÑO
Frutas Argentinas
Insertos Esp/Ingles
Insertos Esp/Ruso

EVENTO	Frutas Argentinas
DISEÑO	Insertos Esp/ingles Insertos Esp/Ruso



EVENTO	Abrapampa
DISEÑO	isologotipo

EVENTO	Abrapampa
DISEÑO	Afiche 50x70

MARTES 24 Y MIÉRCOLES 25

10.00 Apertura de estands

JUEVES 26

10.00 Recepción y distribución de puestos
10.00 Inicio de concurso. Encuesta N° 1501
Distribución de los puestos y pase por las galerías
11.00 Oferta a la Pachamama
Entrega a cargo de la Banda de Música
Pasaje artesanías

VIERNES 27

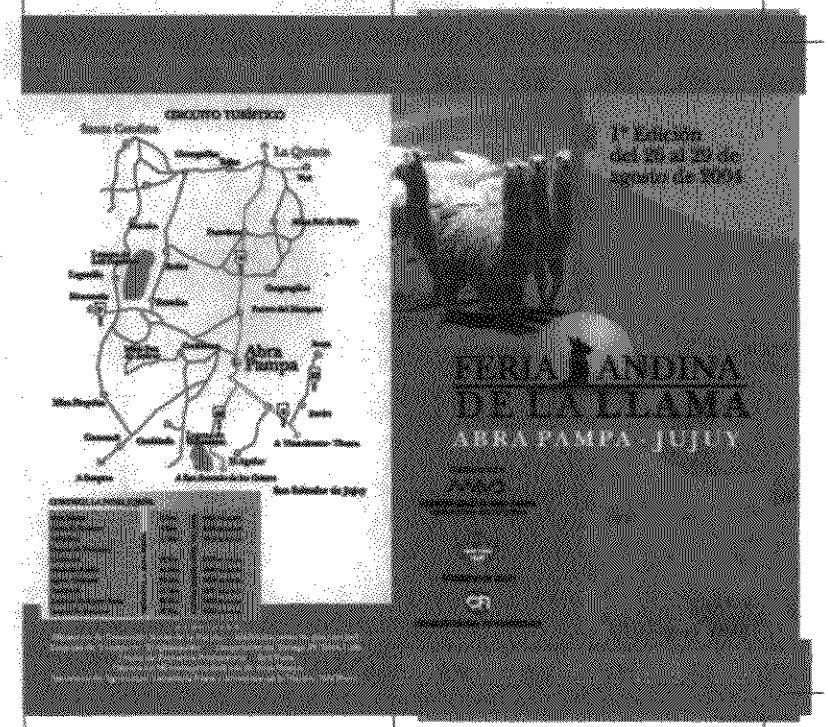
9.00 Desayuno Andino libre
9.30 Disertaciones especiales:
La llama como recurso estratégico para el desarrollo local, a cargo de la Municipalidad de Abra Pampa y del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.
Nuevos pasos de mejoramiento de la especie (UBA).
Política provincial para el fomento de la actividad, con exposición a cargo de la Dirección de Desarrollo Agropecuario, Gobierno de Jujuy.
12.30 Almuerzo Andino libre
15.00 Desfile y entrega de premios llamas
17.00 Comienzo de enfrentamiento de pumas
17.30 Concurso de fondo de pumas y reconocimiento
20.00 Desfile de modelos
Show artístico

SÁBADO 28

9.00 Desayuno Andino libre
9.30 Concurso de danzantes típicos de la Puna
10.00 Acto central con presencia de autoridades provinciales y nacionales
Inicio de exposiciones
12.30 Concurso de comidas regionales y recomendadas elaboradas con carne de llama
15.00 Concurso de fondo
"Mini" de destreza de cuerda, lonjeo, salto y rotu
Elección de la "Ilama (1°) andina y baile popular

DOMINGO 29

9.00 Desayuno Andino libre
10.00 Cruzamiento y entrega de premios
12.30 Almuerzo, despedida y cachapuya



LOS CAMÉLIDOS SUDAMERICANOS

Los camélidos se originaron en América del Norte, de allí emigraron dos tribus, Camelini y Lamini. Son animales herbívoros pertenecientes al Orden Artiodactyla, Familia Camelidae. Bajo la denominación de Camélidos Sudamericanos se engloban los cuatro géneros silvestres, la alpaca y el guanaco, y dos domésticos, la llama y la alpaca.

CAMÉLIDOS SUDAMERICANOS
LA LLAMA (LAMA GLAMA)

En el marco de los camélidos domésticos sudamericanos, se encuadra un conjunto de especies sumamente importante, el género *Lama*.

En el animal más difundido de todos los camélidos, también se caracterizan por sus orejas, cuerpo, cuello, cabeza y por constituir fundamentalmente el medio de vida económico como animal de carga en algunas regiones y como excelentes productores como animal carnicero por su alto rendimiento en peso.

Geográficamente se localiza desde la costa del Perú, en Colombia, hasta el centro de Chile y norte de la Argentina (Puna jujeña).

Se han descripto dos subespecies:



- Raza del poblador norte o peso pesado, llamada "Ilama", "Qara" o "Pelada", caracterizada por el poco desarrollo de fibra en el cuerpo.
- Raza llamada carguera llamada "Chaku", es la menos exigente de las dos variedades, pero refleja algo semejante al de la alpaca, con fibras largas y fibras media.

GRANDES BENEFICIOS PARA LOS PRODUCTORES

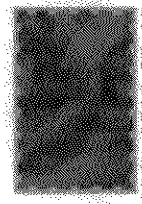
Estos animales son de gran importancia para el sustento de los pueblos puneños por la variada gama que brindan:

La fibra, cuyas características singulares hacen que tenga un gran valor económico en el mercado internacional.

La carne, cuyo valor nutritivo se destaca y, en ciertos casos, supera a otras carnes y con bajo contenido en colesterol.

Las pieles y cueros, con múltiples usos artesanales e industriales.

LA FERIA DE LLAMA



El valor comercial de su fibra se encuentra, claro y oscuro, y con matices.

Según, Aledo de desarrollar y el resto son fibras cortas y finas de 20 a 30 milímetros.

La fibra de llama se vale con productos naturales para obtener colorantes bien que tengo niveles para la confección de prendas artesanales.

En la época invernal, estos animales son fundamentales para soportar la baja temperatura por el calor que brinda su fibra.

Las llamas son una alternativa altamente productiva: un promedio de 2,5 a 3 kilos de fibra por año, con un rendimiento al lavado de más del 90%. La carne es magra con una denominación natural.

PROPIEDADES DE LA CARNE

La carne de llama es apreciada desde tiempos inmemoriales, con el ingreso llama se utilizaba carne llama o seca.

La carne llama tiene niveles de colesterol diez veces menores que la carne de cordero o la de vaca, por lo que es consumo sano sobremanera.

Tiene un aspecto semejante a la carne vacuna y posee un sabor y aroma distintivos. La grasa de llama es muy blanca y tiene bajos niveles de colesterol.

También se ha comprobado que la carne de llama posee mayor tenor proteico (21,37%) que la carne de bovinos y ovinos (20 a 20%). El rendimiento de las mejores razas es del 54 y el 62%, dependiendo fundamentalmente de la condición corporal de los animales faenados.

PROPIEDADES DE LA GRASA
UNA FORMA MILENARIA DE CONSERVAR CARNES
EL "charki"

Los habitantes andinos, con la experiencia de siglos de vivir en condiciones extremas, utilizaban la grasa de llama para conservar alimentos y el "charki", de llama y vacuno, preparado de la época de mayo, agosto de los animales de esa y el año, en las bolsitas durante la

El charqui de llama es nutritivo.
Los valores nutritivos de la grasa llama:

TIPO DE GRASA	VALORES PROTEICOS
LLAMA	93,6 %
PERRO	94 %
VACA	93,9 %
CERDO	95,7 %

"La llama, un recurso estratégico para el desarrollo económico de la Puna"

EVENTO	Abrapampa
DISEÑO	Folleto

LINEAS DEL CORTANTE



EVENTO	Germoplasma
DISEÑO	Serigrafia Cd

Encuentro
CAMPO | CIUDAD

PARA CONSTRUIR ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS DE MISIONES

20 de octubre de 2004

Centro de Convenciones de la Ciudad de Posadas

Para mayor información

Potencial de Producción y Comercialización de Alimentos

E-mail: alimentosdemisiones@hotmail.com

Junín 2595, (3000) Posadas - Misiones

Tel.: 03752 447624

Subsecretaría de Comercio e Integración

Gobierno de la Provincia de Misiones

PROVINCIA DE MISIONES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

San Martín 871 C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina / Tel.: (54 -11) 4317- 0700 / www.cfired.org.ar

EVENTO	Encuentro Campo-Ciudad
DISEÑO	Afiche 50x70

FINALIDAD

Promover la producción y comercialización de alimentos de origen misionero, en el marco de políticas de inocuidad y seguridad alimentaria.

OBJETIVO GENERAL

Impulsar el desarrollo de una cuenca -con efecto demostrativo- con definición de producción, logística y comercialización en torno al abastecimiento de alimentos a la ciudad de Posadas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Construir una visión estratégica compartida acerca del desarrollo potencial de la producción y comercialización de alimentos de los Pequeños Establecimientos Agrícolas, para la promoción del desarrollo local.
- Identificar propuestas de comercializaciones sustentables, viables en el corto, mediano y el largo plazos.
- Establecer acuerdos de trabajo para ajustar las propuestas, y articular los recursos sociales, técnicos, financieros y de infraestructura existentes.

RESULTADOS ESPERADOS

- Acuerdos en torno a las condiciones de viabilidad de las alternativas de comercialización analizadas.
- Compromisos de trabajo interinstitucional para el ajuste de las propuestas y la articulación de recursos.

PROPUESTAS DE CANALES ALTERNATIVOS

En consonancia con estas preocupaciones, se ha registrado, a través de entrevistas y reuniones previas, una serie de ideas de comercialización, que serán puestas a consideración en el Encuentro.

Las condiciones de viabilidad de las propuestas de canales alternativos, no necesariamente exitosas, serán analizadas durante el encuentro.

1. Canales de venta directa al consumidor
2. Canales de venta a minoristas
3. Canales de venta institucional

Para mayor información:
Consejo Federal de Inversiones
Dirección de Desarrollo Económico
Área Desarrollo Agropecuario
Tel.: (011) 4318-9400
Int. 9470/9476
e-mail: agropecuario@cfi.org.ar

CFI

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Arias Martín 571 - (C1406AIA) - Buenos Aires - Argentina
Tel.: (011) 4318-9400
www.cfi.org.ar

Encuentro CAMPO|CIUDAD

PARA CONSTRUIR
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN
DE ALIMENTOS DE MISIONES

29 y 21 de octubre de 2004

PROVINCIA DE MISIONES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Encuentro CAMPO|CIUDAD

PARA CONSTRUIR ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS DE MISIONES

Se espera lograr acuerdos básicos que permitan avanzar en la generación de condiciones propicias para el incremento de la variedad y volúmenes comercializados. Las perspectivas y el alcance de las decisiones que se puedan asumir dependen del compromiso de los protagonistas.

El Encuentro Campo - Ciudad es la propuesta como una instancia de reunión de los actores involucrados en la problemática de comercialización de alimentos de origen local. La intención es construir una visión estratégica compartida acerca de líneas de acción para el desarrollo potencial de la producción y comercialización de alimentos de Pequeños Productores Agrícolas de Misiones.

Se propone identificar propuestas de comercialización que puedan ser sustentables, y acordar líneas de acción que permitan avanzar en su diseño y ejecución.

Para la preparación de este encuentro se tuvieron en cuenta las preocupaciones y propuestas planteadas en reuniones y entrevistas previas mantenidas con representantes de distintos sectores:

PROBLEMAS IDENTIFICADOS

UNIDADES PRODUCTIVAS

a. Dificultades de acceso al agua para riego (para la producción y inocuidad de los alimentos)
b. Degradación de los suelos
c. Falta de capital y financiamiento adecuado para realizar inversiones
d. Costos elevados de insumos y equipamientos
e. Desinformación respecto a mercados (qué producir y a quién vender)
f. Necesidad de planificar conjuntos productivos orientados a una comercialización sostenida, tanto en lo chacra como entre grupos de productores
g. Demanda de asistencia técnica y programas de capacitación continua
h. Falta de recursos y planes para mejorar la calidad e inocuidad
i. Inexistencia de mano de obra capacitada

UNIDADES DE COMERCIALIZACIÓN

a. Falta de información acerca de canales de comercialización apropiados
b. Falta de contactos con posibles compradores
c. Participación mínima de los productores en la cadena de valor en relación al precio final del producto
d. Costos elevados de intermediación, o de traslado y gestión por medios propios
e. Dificultad de calcular los costos de gestión y venta en el valor de los productos
f. Dificultades de los productores para asociarse para la venta conjunta
g. Carencia de infraestructura y espacios apropiados para la preparación, transporte y distribución de alimentos
h. Dificultades para asegurar una oferta continua, en calidad y cantidad suficiente
i. Poco consumo de productos frescos y desconocimiento de su valor alimentario
j. Inexistencia de campañas sistemáticas de promoción de consumo de productos locales

DIMENSIÓN INSTITUCIONAL

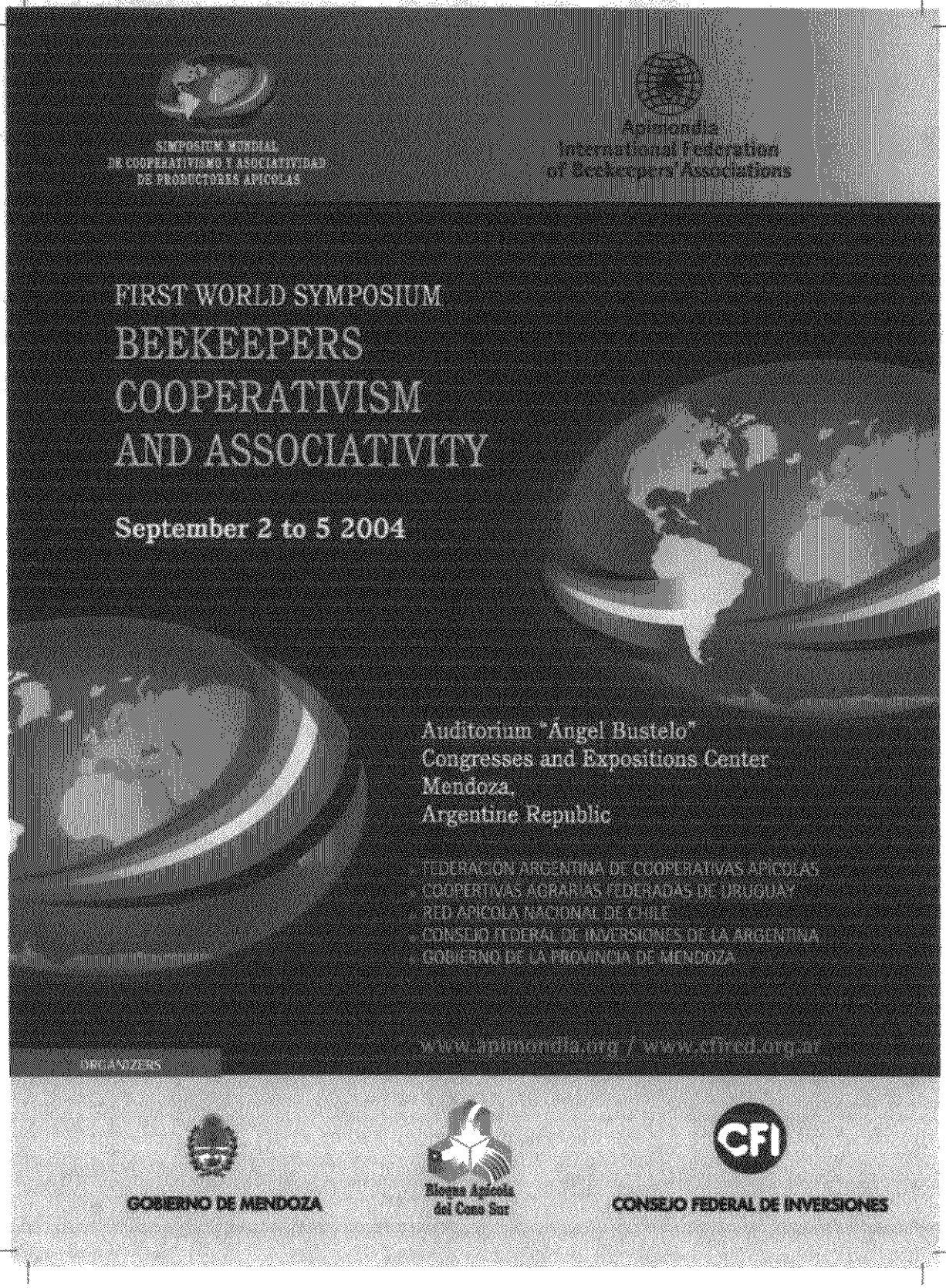
a. Necesidad de articular políticas y acciones entre organismos públicos, instituciones y ONGs, orientadas a los pequeños productores
b. Dificultades para el acceso a información de base, para elaborar diagnósticos ajustados y diseñar propuestas coordinadas de trabajo
c. Falta de mecanismos ágiles de intercambio de información entre las instituciones
d. Necesidad de considerar los diferentes tipos de productores y de incluir en la planificación la diversidad social, cultural, económica y ambiental de las regiones

NIVELES DE PARTICIPACIÓN Y DECISIÓN

En cuanto a los dinamismos de participación y ámbitos de decisión, se pueden reconocer:

1. Nivel de los agentes económicos: pequeños productores familiares, los comerciantes, los elaboradores de alimentos, los transportistas.
2. Nivel asociativo: las asociaciones intermedias de productores, de comerciantes, la Cámara de Comercio, la Asociación de Ferias Francas y Cooperativas Agrícolas
3. Nivel institucional: autoridades, funcionarios y técnicos de organismos estatales que están involucrados en la problemática

EVENTO	Encuentro Campo-Ciudad
DISEÑO	Triptico



EVENTO	Apimondia
DISEÑO	Afiche 50x70

EVENTO	Apimondia
DISEÑO	Folleto

DE LA METODOLOGÍA

Ponencias

Tendrán que ser representativas de experiencias de la organización o asociación a la cual pertenece el autor o trabajos patrocinados por una organización, y estar relacionadas de una forma u otra con los contenidos referenciales de los ejes temáticos.

Fecha de presentación
Hasta el 1 de agosto de 2004.

Envío
Correo Postal: Ecuador 374, 1° piso, (C1214ACD) Ciudad de Buenos Aires, República Argentina.

Correo electrónico
simposium@fibertel.com.ar

Conferencistas

Especialistas internacionales: con visiones alternativas para cada uno de los ejes temáticos.

Comisiones

Cuatro comisiones, una por cada eje temático, con facultades de constituirse en subcomisiones. Tienen a su cargo la presentación de conferencistas, ponencias, foros, debates y plenarios parciales.

Plenarios

Tres plenarios, uno por cada bloque temático y uno general.

Exposiciones

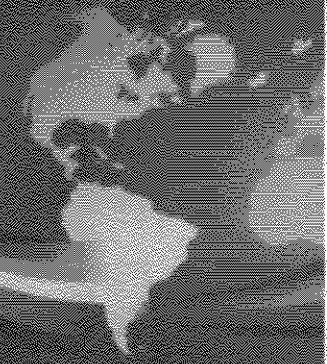
Casos concretos y experiencias destacables por cada uno de los ejes temáticos.



Apimondia
www.apimondia.org

Consejo Federal de Inversiones
www.cfired.org.ar

PRIMER SIMPOSIUM MUNDIAL
COOPERATIVISMO Y ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES APÍCOLAS



2 al 5
de septiembre
de 2004

Centro de Congresos y Exposiciones
Auditorio "Ángel Bustelo"
Provincia de Mendoza
República Argentina

- FEDERACIÓN ARGENTINA DE COOPERATIVAS APÍCOLAS
- COOPERATIVAS APÍCOLAS FEDERADAS DE URUGUAY
- RED APÍCOLA NACIONAL DE CHILE
- CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES DE LA ARGENTINA
- GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE MENDOZA

Organizadores







INVITACIÓN

Es un placer para nosotros invitarlos a participar en el Primer Simposium Mundial de Cooperativismo y Asociatividad de Productores Apícolas, que se desarrollará en la ciudad de Mendoza, República Argentina, entre los días 2 y 5 de septiembre de 2004.

El simposium, auspiciado por Apimondia, será organizado por el Bloque Apícola del Cono Sur, la Provincia de Mendoza y el Consejo Federal de Inversiones. El Bloque Apícola del Cono Sur está formado por la Federación Argentina de Cooperativas Apícolas, la Red Apícola Nacional de Chile y las Cooperativas Agrarias Federadas de Uruguay.

La apicultura es una actividad desarrollada en su mayor parte por pequeños productores. Esta característica hace que muchos de ellos se unan, bajo distintas formas asociativas, para enfrentar los desafíos que plantea el nuevo escenario internacional.

La asociatividad de los pequeños productores puede ser la base de importantes logros en aspectos tan disímiles como el progreso tecnológico y la comercialización. En función de ello, el simposium desarrollará cuatro ejes temáticos fundamentales: asociatividad e integración; desarrollo local; desarrollo productivo y manejo tecnológico; y comercialización.

OBJETIVOS

- Establecer un espacio de intercambio de experiencias y de diálogo entre organizaciones de productores de distintos continentes.
- Definir propuestas, a partir de los productores, con impacto en procesos a nivel local, regional y mundial.
- Avanzar en la definición de posibles acuerdos y acciones conjuntas.
- Crear una instancia de intercambio y coordinación permanente.

PROGRAMA

Jueves 2 de septiembre

Mañana
Acreditaciones
Acto inaugural

Tarde
Comisiones y plenarios parciales
- Asociatividad e integración
- Desarrollo local

Noche
Velada cultural

Viernes 3 de septiembre

Mañana
Comisiones y plenario final
- Asociatividad e integración
- Desarrollo local

Tarde
Comisiones y plenarios parciales
- Desarrollo productivo y manejo tecnológico
- Comercialización

Noche
Velada cultural

Sábado 4 de septiembre

Mañana
Comisiones y plenario final
- Desarrollo productivo y manejo tecnológico
- Comercialización.

Tarde
Plenario final del Simposium
Acto de clausura

Domingo 5 de septiembre

Visita a Expo Apícola Lavalle

DE LAS COMISIONES

Asociatividad e Integración

Estructuras participativas • Legislación y ordenamiento legal • Organigramas y procedimientos • Instrumentos y herramientas de apoyo• Alianzas y articulaciones • Autogestión y sustentabilidad • Planificación y presupuestos • Valores básicos de la actividad asociativa • Identidad y compromisos • Cooperación y solidaridad • Eficiencia y competitividad colectiva •Ética productiva y comercial.

Desarrollo Local

Patrimonio natural, biodiversidad y medio ambiente • Protección y conservación de los recursos naturales • Transgenia y agroquímicos • Patrimonio Cultural e identidad local • Territorialidad y espacio productivo • Encadenamientos locales.

Desarrollo Productivo y Manejo Tecnológico

Protocolo de producción y trazabilidad • Fundamentación científica de los protocolos de calidad • Alianzas estratégicas con instancias de investigación • Actualización de las tendencias tecnológicas actuales • Transferencia tecnológica • Financiamiento e inversión • Innovación tecnológica • Políticas públicas de fomento, protección y regulación.

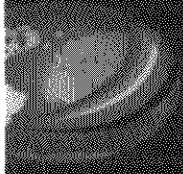
Comercialización

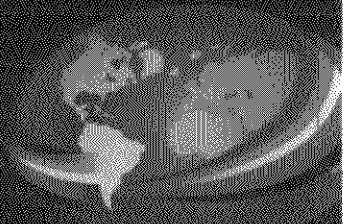
Funcionamiento y tendencias globales • Organizaciones apícolas y la comercialización • Estrategias de comercialización intercooperativa • Mercado interno y externo • Acceso y distribución de información de mercado.

Los contenidos de los ejes temáticos son referencias en torno a los cuales construir y no son exclusivos, por consiguiente, constituyen elementos orientadores para las ponencias y otras intervenciones.

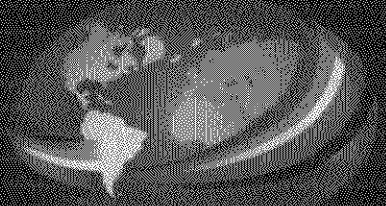
PRIMER SIMPOSIUM MUNDIAL

COOPERATIVISMO Y ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES APÍCOLAS





www.apimondia.org / www.cfired.org.ar



2 al 5 de septiembre de 2004

Centro de Congresos y Exposiciones
Auditorio "Ángel Bustelo"
Provincia de Misiones
República Argentina

GOBIERNO DE MISIONES

COMARCO FEDERAL DE INVERSIONES

PRIMER SIMPOSIUM MUNDIAL
COOPERATIVISMO Y
ASOCIATIVIDAD DE
PRODUCTORES APÍCOLAS

EVENTO	Apimondia
DISEÑO	Carpeta c/solapa

Apimondia
International Federation
of Beekeepers' Associations

GOBIERNO DE MENDOZA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Bloque Apícola del Cono Sur

PRIMER SIMPOSIUM MUNDIAL

COOPERATIVISMO Y ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES APÍCOLAS

Certificado de Asistencia

Otorgado a : _____

Por su participación en el PRIMER SIMPOSIUM MUNDIAL COOPERATIVISMO Y ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES APÍCOLAS,

en carácter de _____

Realizado entre el 2 y el 5 de septiembre de 2004, en Mendoza, provincia de Mendoza, República Argentina.

APIMONDIA INTERNATIONAL FEDERATION OF BEEKEEPER'S ASSOCIATIONS	GOBIERNO DE MENDOZA	CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES	BLOQUE APÍCOLA DEL CONO SUR

EVENTO	Apimondia
DISEÑO	Certificado

18.00 a 18.30 Café
18.30 a 19.00 Trabajo en comisión y elaboración de conclusiones

Plenario
19.00 a 19.30 Presentación de conclusiones de las comisiones de Asociatividad y desarrollo local
19.30 a 20.00 Presentación de conclusiones de las comisiones de Asociatividad, desarrollo productivo y manejo tecnológico
20.00 a 21.30 Evento cultural

SÁBADO 4

Asociatividad y comercialización

Plenario
8.30 a 9.10 *Organización y actividades de los apicultores en México*
Erick Duque Tuna (Presidente Comisión Permanente de Economía Apícola de APIMEXPAN)
9.10 a 9.50 *El rol de las cooperativas en la comercialización de productos apícolas.* Alcides Duclos (Apiservices France – Mali)
9.50 a 10.30 *Agricultura familiar competitiva y comercializadora. Desde la integración de los productores y de la diversificación de mercados*
Marcos Montagna (Secretario de Desarrollo Agropecuario)
10.30 a 10.45 Café
10.45 a 12.15 *El futuro del comercio internacional de productos apícolas*
Panel de invitados
12.15 a 13.00 Almuerzo libre

TRABAJO EN COMISIONES
Asociatividad y comercialización

Comisiones 1 a 4 (primer piso)
Comisiones 5 a 8 (segundo piso)
14.00 a 14.15 *La producción de miel en Uruguay y la comercialización cooperativa*
14.15 a 14.30 Cabaña, una experiencia exitosa con 20 años de trabajo
14.30 a 18.30 Trabajo en comisión y elaboración de conclusiones

CIERRE DEL SIMPOSIO
19.00 a 19.30 Conclusiones generales, acto de clausura y despedida

DOMINGO 5
8.00 Salida a Bayo Agrícola Lavalle, desde el centro de convenciones
10.00 a 13.00 Visita libre
13.30 a 15.30 Almuerzo campestre (opcional)
16.00 Regreso a la ciudad de Mendoza

PRIMER SIMPOSIUM MUNDIAL
COOPERATIVISMO Y ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES APÍCOLAS



2 al 5 de septiembre de 2004
Centro de Congresos y Exposiciones
Auditorio "Bayo Agrícola"
Provincia de Mendoza
República Argentina

www.apimondia.org | www.cfired.org.ar

- ASOCIACIÓN ARGENTINA DE COOPERATIVAS APÍCOLAS
- COOPERATIVAS ARGENTINAS FEDERADAS DE URUGUAY
- RED APÍCOLA NACIONAL DE CHILE
- CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES DE LA ARGENTINA
- GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE MENDOZA

GOBIERNO DE MENDOZA | Bayo Agrícola del Valle Sur | CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PRIMER SIMPOSIUM MUNDIAL
COOPERATIVISMO Y ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES APÍCOLAS

MIÉRCOLES 1°
18 a 19 Armado de stands institucionales
Acreditaciones apícolas

JUEVES 2
8.00 a 8.30 Acreditaciones
8.45 a 11.10 Acto de apertura a cargo de autoridades de Mendoza, del CFI, de Apimondia y de un representante del Bloque Apícola del Cono Sur
11.10 a 11.30 Café

Asociatividad e integración – Plenario

11.30 a 13.10 Presentación del Bloque Apícola del Cono Sur. Panorama de la apicultura en la región
13.10 a 14.00 Almuerzo libre
14.00 a 14.40 *Desarrollo local: Posibilidades y límites.* Marcos Antonio de Oliveira (Departamento de Estudios Socioeconómicos Rurales, Deser, Curitiba)
14.40 a 15.20 *Productos Apícolas en Unidades de Gestión Latinas, diez años de experiencia asociativa.* Miguel Angel Mompuis (PNUMA)
15.20 a 16.00 Café

TRABAJO EN COMISIONES
Asociatividad e integración

Comisiones 1 a 4 (primer piso)
16.00 a 16.15 *Proyecto global de desarrollo apícola.* Marcos Daniel Fernández
16.15 a 16.30 *Desarrollo local y participación de actores en las provincias de La Pampa, Neuquén y Mendoza.* Raúl Steffanazzi
16.30 a 16.45 La mesa apícola departamental de Soriano
16.45 a 18.30 Trabajo en comisión y elaboración de conclusiones

Comisiones 5 a 8 (segundo piso)
16.00 a 16.15 *Miel para el desarrollo.* René Sayago
16.15 a 16.30 *Globalización – Oportunidad. Desarrollo de capacidades para la mejora de la eficiencia y la competitividad de las cooperativas apícolas.* Alicia Ester Bustinza
16.30 a 16.45 La apicultura en el oeste pampeano, PSA
16.45 a 18.30 Trabajo en comisión y elaboración de conclusiones

Plenario
19.00 a 19.30 Presentación de conclusiones, a cargo de las comisiones
19.30 a 20.30 Evento cultural
20.30 a 22.00 Cóctel de bienvenida

VIERNES 3
Asociatividad y desarrollo local

Plenario
8.30 a 9.10 *Las cooperativas apícolas son fundamentales para la redistribución a través de la agricultura familiar.* Nilcéia Stadtlober (Presidente comisión permanente "Agricultura para el desarrollo rural" de APIMONDIA)
9.10 a 9.50 *Asociatividad y apicultura: orientaciones para un desarrollo local sustentable desde la agroecología.* Eduardo Sevilla Guzmán (Universidad de Córdoba, España)
9.50 a 10.30 *Economía social, inclusión y desarrollo.* María Cristina Vigna (Coordinadora Académica de Economía Social en FLACSO – UNESCO, Sede Argentina)
10.30 a 10.45 Café

Asociatividad, desarrollo productivo y manejo tecnológico

Plenario
10.45 a 11.25 *La organización de los apicultores en la Unión Europea*
Manuel Izquierdo (Presidente del Grupo de Trabajo Miel en COPA- COGECA)
11.25 a 12.05 *La apicultura como herramienta de desarrollo del Noroeste Argentino.*
Enrique Basilio Iannibelli (FUNDAPTA Tucumán).
12.05 a 12.45 *La Asociación Nacional de Apicultores de Nueva Zelanda, una organización de 81 años. Enseñanzas de su nuevo rol.*
Jane Lorimer (The National Beekeepers Association of New Zealand)
13.45 a 14.45 Almuerzo libre

TRABAJO EN COMISIONES

Asociatividad y desarrollo local

Comisiones 1 a 4 (primer piso)
15.00 a 15.15 *Participación activa y articulación de actores en el proceso de desarrollo local.*
Roberto Tornadu Porta – Hugo Kenny
15.15 a 15.30 *Comercio entre apicultores y consumidores finales.* Harold Durán
15.30 a 15.45 *Experiencia de participación en red.* Misael Cuevas
15.45 a 16.00 *Crisis y finanzas, una experiencia de apoyo a la consolidación (2002 - 2004) de la Asociación de Apicultores de la Cuenca Alta del Río Pinto.*
José Luis Arancibia – Inés Blanco García
16.00 a 16.30 Café
16.30 a 18.00 Trabajo en comisión y elaboración de conclusiones

Asociatividad, desarrollo productivo y manejo tecnológico

Comisiones 5 a 8 (segundo piso)
15.00 a 15.15 *Investigación sobre flora melífera, análisis bromático y químico de mieles con fines de certificación y exportación, proyectos y proyecciones de investigación.*
Gloria Montenegro
15.15 a 15.30 *Desarrollo de un sistema de aseguramiento de calidad para mieles de cooperativas apícolas.* Alejandro Alvarez
15.30 a 15.45 *Perspectivas de la producción de miel diferenciada en la provincia de Mendoza.*
Patricia Battista
15.45 a 18.00 *Protocolo de calidad de miel para la comercialización de NOA/Argentina.*
Raúl Steffanazzi

EVENTO	Apimondia
DISEÑO	Cronograma

PRIMER SIMPOSIUM MUNDIAL COOPERATIVISMO Y ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES APÍCOLAS





GOBIERNO DE MENDOZA



Bloque Apícola del Cono Sur



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

EVENTO	Apimondia
DISEÑO	A4

EVENTO	Seminario Acuicultura
DISEÑO	Afiche 50x70

PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Primer Seminario Internacional de Acuicultura

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

DIRECCION DE ACUICULTURA

EVENTO	Seminario Acuicultura
DISEÑO	A4

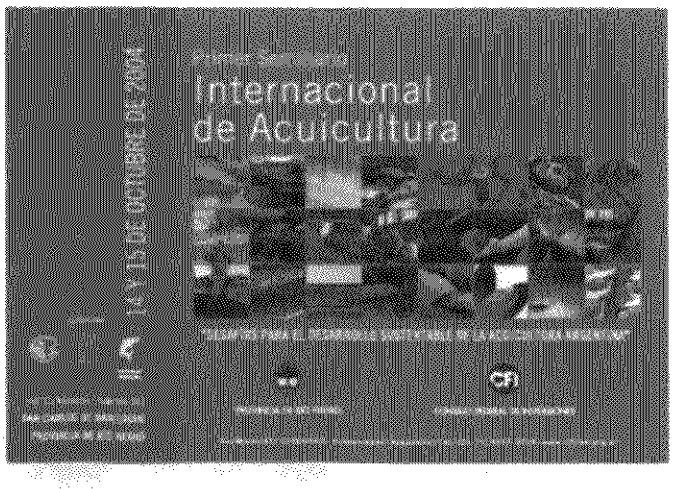


Primer Seminario Internacional de Acuicultura
"DESAFÍOS PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE
DE LA ACUICULTURA ARGENTINA"

El Consejo Federal de Inversiones invita a usted
al cóctel de bienvenida

14 de octubre, 20.30 hs

Escuela de Hotelería y Gastronomía
Dirección Fany T. de Newbery 111
San Carlos de Bariloche



EVENTO	Seminario Acuicultura
DISEÑO	Invitacion + sticker

PROVINCIA DE RÍO NEGRO

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PRIMER SEMINARIO

INTERNACIONAL DE ACUICULTURA

"DESAFÍOS PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA ACUICULTURA ARGENTINA"

Certificado de Asistencia

Otorgado a : _____

Por su participación en el PRIMER SEMINARIO INTERNACIONAL DE ACUICULTURA

en carácter de _____

Realizado el 14 y 15 de octubre de 2004, en San Carlos de Bariloche, Provincia de Río Negro, República Argentina.

PROVINCIA DE RÍO NEGRO

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

EVENTO	Seminario Acuicultura
DISEÑO	Certificado

Primer Seminario

Internacional de Acuicultura



"DESAFÍOS PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA ACUICULTURA ARGENTINA"

14 Y 15 DE OCTUBRE DE 2004

SAN CARLOS DE BARILOCHE - PROVINCIA DE RÍO NEGRO

PROVINCIA DE RÍO NEGRO

CFI
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PRIMERA JORNADA

8.00 Inscripción y acreditación

9.00 Apertura oficial

PERSPECTIVAS DE LA ACUICULTURA

9.10 *Breve encuadre sobre acuicultura mundial, regional y local*
Dra. Laura Lobiol, Directora de Acuicultura de la Nación - Subsecretaría de Pesca y Acuicultura - Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA), República Argentina

PANEL SOBRE NUTRICIÓN

9.40 *Tendencia mundial en nutrición en acuicultura: alimentos y alimentación*
Ph. D Albert Tacon, Director Técnico de Aquatic Farms Ltd., Hawaii, U.S.A.

10.05 *Evolución del pasado y su uso práctico en la alimentación de la trucha arco iris*
Enrique Nogral. M.V.Sc. Acuicultura & Nutrición, Director de PROVIMI-PISCIS. Colombia

10.25 *Evolución y su tecnología de producción en cultivos de organismos de aguas templado cálidas*
Dr. José Toledo, Jefe del Laboratorio de Organismos Acuáticos del Centro de Preparación Acuícola Manguehue, Chile

PREGUNTAS AL PANEL: **10.40 a 11.00**

11.00 Café

PANEL: AVANCES Y DESARROLLO TECNOLÓGICOS EN EL CONO SUR

11.20 *Historia de producción de ostreas y truchas en Isquia en Chile*
Ximena Salvador Delgado Cto Ingeniería. Jefe de Centro de Salmones, Tyard Seafood Chile S.A., Chile

11.40 *Prácticas de engorde comparativo de peces en la Argentina*
M. Sc. Gustavo Wahl, Jefe del Centro Nacional de Desarrollo Acuícola (CENADAC) Subsecretaría de Pesca (SAGPyA), República Argentina

12.00 *Producción de ostreas en Brasil*
Dr. Jaime Ferreyra, Profesor y Supervisor del Laboratorio de Moluscos Marinhos de la Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

PREGUNTAS AL PANEL: **12.20 a 12.30**

PANEL: NUEVAS ESPECIES. TECNOLOGÍAS DE CULTIVO

12.30 *Desarrollo tecnológico para cultivo de langosta (Cobigra).*
Lic. G Bendall, Jefe Proyecto cultivo de langosta y langostas, INIDEP - (SAGPyA), República Argentina

12.50 *Tecnología de cultivo en "pupy" (Coloidales)*
Dr. Iván Valdebenito, Director de la Escuela de Acuicultura de la Universidad Católica de Temuco, Chile

13.10 *Desarrollo de cultivo de especies nativas*
Dr. Fernando Ribeiro, Director General de Aequa Imagen Servicios, Consultor. Brasil

PREGUNTAS AL PANEL: **13.30 a 13.45**

13.45 Receso. Almuerzo

PANEL: DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SISTEMAS DE CALIDAD EN PROCESOS DE LA ACUICULTURA

15.00 *Desarrollo de productos con valor agregado*
Ing. Emilio Marcos, Laboratorio de Tecnología de Productos Pesqueros, INIDEP, República Argentina

15.20 *Requisitos para producción y comercialización de moluscos bivalvos*
Dr. César Cantilo, Inspector de la Coordinación de Pesca, SENASA, República Argentina

15.40 *Requisitos para plantas de procesamiento en acuicultura*
Dr. Héctor Petinato, SENASA, República Argentina

16.00 *Certificación de calidad agroalimentaria. Tendencias en el mercado internacional*
Ing. Ricardo Scarfi, Director del INTI Mar del Plata, República Argentina

PREGUNTAS AL PANEL: **16.20 a 16.40**

PANEL: GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIAMIENTO DE LA ACUICULTURA

16.40 *Rentabilidad económica y evaluación de proyectos acuícolas*
CPN. Carlos Bermúdez, Auditor Interno INIDEP, Profesor Titular Universidad Nacional de Mar del Plata, República Argentina

17.00 *Líneas de financiamiento para la acuicultura*
Lic. Eduardo Cadoz, Responsable Región Comahue, Área Crédito CFI, República Argentina

PREGUNTAS AL PANEL: **17.10 a 17.20**

17.20 Café

OBSTÁCULOS Y POTENCIALIDADES DEL DESARROLLO ACUÍCOLA EN LA REGIÓN

17.40 *Prohibiciones de ingresión de la acuicultura argentina: las áreas potenciales de cooperación española*
Dr. Alejandro Nieto Camacho, Investigador del Instituto Español de Oceanografía. España

18.00 MESA REDONDA: *Obstáculos y potencialidades del desarrollo acuícola. Nuevos desafíos*

SEGUNDA JORNADA

POLÍTICAS ECONÓMICAS Y PROGRAMAS SECTORIALES

9.00 *Leyes y reglamentaciones en el desarrollo acuícola, a nivel nacional y provincial*
Dr. Pablo Filippa. Consultor legal en pesca y acuicultura, provincia de Río Negro. Consultor en pesca marítima de la provincia del Chubut, República Argentina

PANEL: EXPERIENCIAS PROVINCIALES

9.20 *Misiones, una experiencia de desarrollo en la acuicultura rural*
Ing. Agr. Raúl Cadelli, Consultor CFI, provincia de Misiones, República Argentina

9.40 *Formosa, una experiencia de desarrollo de mercado local*
Ing. Néstor Grassmick, productor y coordinador programa provincial de piscicultura de Formosa, República Argentina.
Ing Luis Barbero, Ministro de la Producción, Formosa, República Argentina

10.00 *Jujuy , una experiencia de cultivo mediterráneo en la Puna*
Sr. Eduardo Castillo, coordinador del programa y productor privado, República Argentina

10.20 Buenos Aires: El desarrollo de la camaricultura en San Blas
Dr. Juan Manuel Angeo, y Dr. Gonzalo Javier Angeo, productores privados, República Argentina

10.40 Experiencia de cultivo de truchas en Alicurá, Neuquén.
Sr. Eduardo Rotori, productor privado, República Argentina

PREGUNTAS AL PANEL: **11.00 a 11.15**

11.15 Café

11.30 Tierra del Fuego: Desarrollo del programa de cultivo de mejillón
Lic. Eduardo Zampatti y Dra. Manuela Pascual, Consultores CFI, provincia de Tierra del Fuego, República Argentina

11.50 Chubut: Programa Provincial de Maricultura
Ing. José María Molina, Director General de Pesca, Provincia del Chubut, República Argentina
Lic. Ignacio Aguilera, Asesor Proyecto de Maricultura Provincial, República Argentina

12.10 Desarrollo de una hatchery experimental con proyecto educativo y productivo en Camarones, Provincia del Chubut
Lic. Jorge Álvarez, Técnico Secretaría de Pesca y Profesor del Itinerario de Acuicultura, Nivel Polimodal - Provincia del Chubut, República Argentina

PREGUNTAS AL PANEL: **12.40 a 12.55**

12.55 Receso. Almuerzo

13.55 TALLERES POR TIPO DE ACTIVIDAD

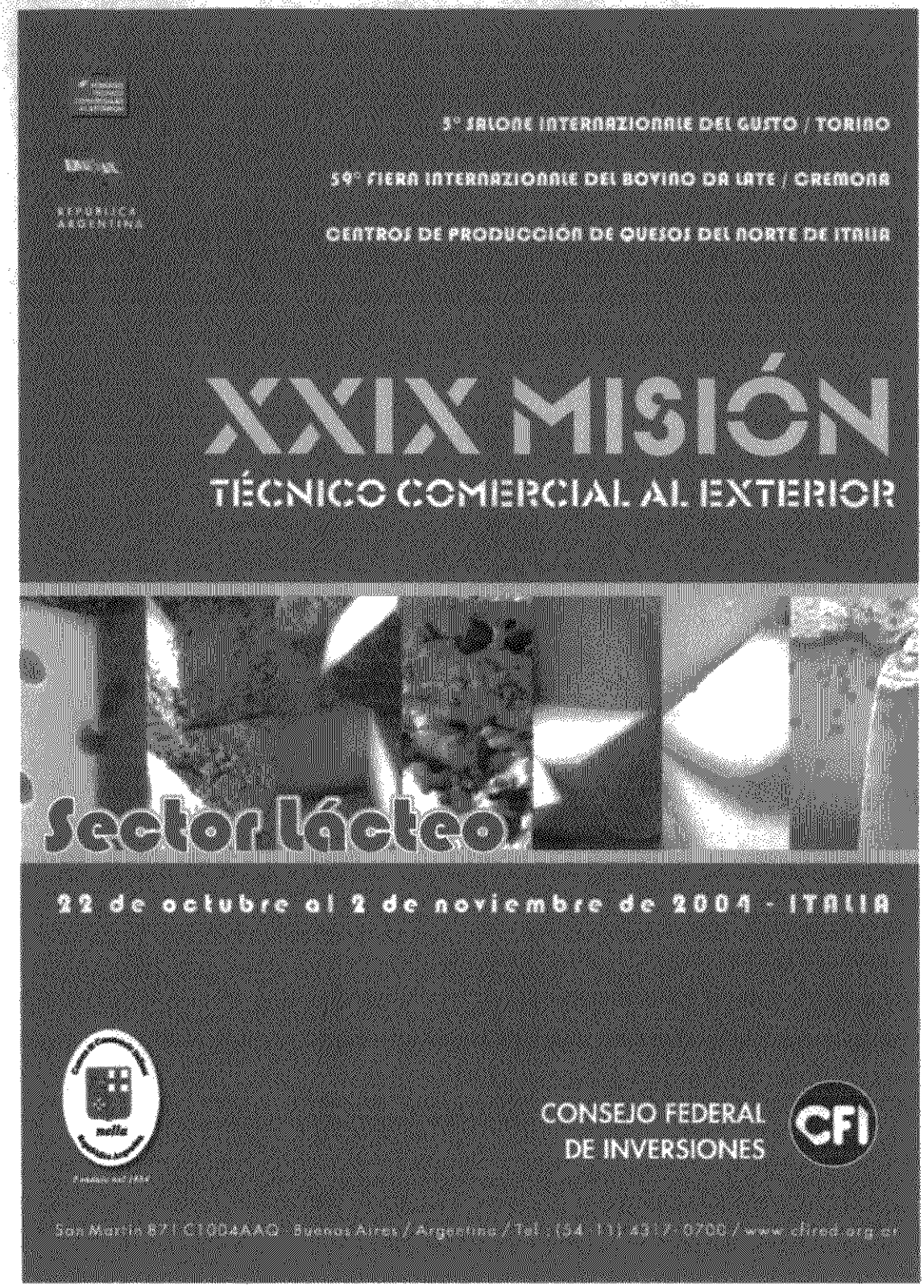
- *Taller sobre desarrollo y avances en maricultura*
- *Taller sobre desarrollo y avances en especies de aguas templado-frías*
- *Taller sobre desarrollo y avances en especies de aguas templado cálidas*

17.00 Café

17.20 Conclusiones de los talleres

18.00 Cierre y entrega de certificados

EVENTO	Seminario Acuicultura
DISEÑO	Programa



EVENTO	Sector Lácteo
DISEÑO	Afiche 50x70

EVENTO	Catamarca:Mision Ext.
DISEÑO	Catalogo

tamarca 12/22/04 7:54 PM Page 1



Argentina

Provincia de Catamarca

I MISION TÉCNICA INSTITUCIONAL AL EXTERIOR

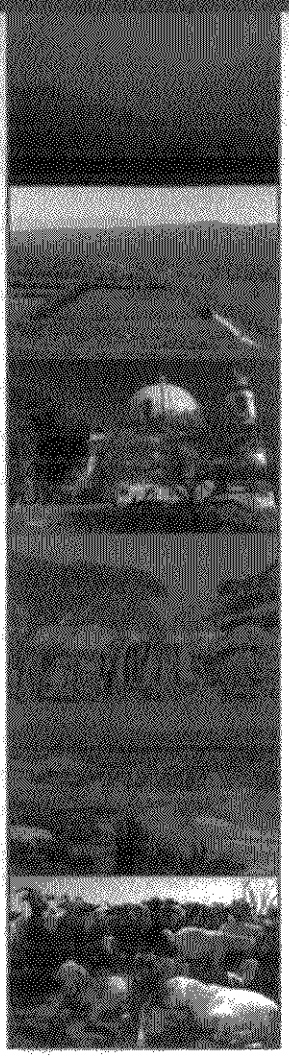
Recursos hídricos y orfebrería

Búsqueda de vínculos institucionales de cooperación

I TECHNICAL INSTITUTIONAL MISSION ABROAD

Water resources and gold and silver work

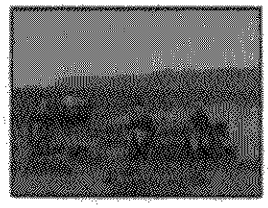
Search of institutional cooperation links



PROVINCIA DE
CATAMARCA

República Argentina / Argentine Republic







El sector primario genera el 5% del valor agregado nacional, el sector secundario el 29% y el 66% restante corresponde a la oferta de servicios financieros, de transporte y comunicaciones, comercio, turismo y gobierno.

La actividad agrícola aporta más de 60 millones de toneladas de cereales y oleaginosas básicamente soja, trigo y maíz– y la ganadería cuenta con un stock de 48 millones de cabezas bovinas y 22 millones ovinas. En la producción minera se destaca la extracción de petróleo 45 millones de m3 y gas 45 mil millones de m3. La pesca marítima es de alrededor de las 900 toneladas.

En la actividad industrial predominan las ramas de alimentos, bebidas y tabaco, y la de textiles, caucho y cuero, con alrededor del 60% del total de producción. Le siguen en importancia las manufacturas de productos químicos, las refinerías de petróleo, la fabricación de maquinaria, equipos de transporte y siderurgia.

Las exportaciones son lideradas por el complejo sojero (porotos, aceites, pellets y harinas), casi una cuarta parte de las ventas al exterior. El petróleo y gas le siguen en importancia, y son relevantes también las colocaciones de vehículos y partes, trigo, maíz, cuero y subproductos, cobre, girasol, tubos sin costura, aluminio y medicamentos. Las importaciones atienden básicamente la adquisición de bienes de capital e insumos intermedios.

La Argentina es uno de los centros turísticos mundiales de mayor crecimiento en los últimos años. Sus atractivos naturales de relevancia internacional –los glaciares patagónicos, las cataratas del Iguazú, los centros invernales sobre los Andes, el avistaje de ballenas en la Península Valdés y varias áreas consideradas del patrimonio universal– están dotados de una moderna infraestructura hotelera y de servicios en general. La belleza de sus ciudades y de su música, particularmente el tango, y el turismo de aventura, ecológico y de estancia completan un panorama que satisface las inquietudes de cualquier viajero exigente.

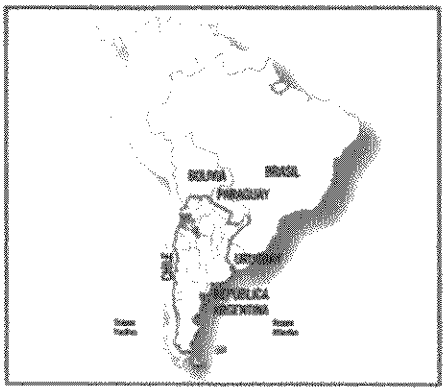
The primary sector accounts for 5% of the country's value added, the secondary sector contributes 29% and the remaining 66% corresponds to the supply of financial, transport and communications, trade, tourism and government services.

Agriculture provides over 60 million ton of grains and legumes mainly soya, wheat and corn; animal husbandry records a herd of 48 million head of cattle, and 22 million head of sheep. Petroleum extraction is an outstanding mining activity –45 million cub. m-, and gas comes up to 45 billion cub. m. Sea fishing amounts to nearly 900 tons.

Significant industrial branches are food, beverage and tobacco, textiles, rubber and leather, which account for 60% of the global production. Next come chemical products, and petroleum refinery; machinery and transportation equipment and siderurgy.

Leading export items -soya and soya products (soyabean, oil, pellets and meal)- amount to almost one quarter of the total. Next in importance are petroleum and gas, besides vehicles and parts, wheat, corn, leather and leather products, copper, sunflower, seamless tubes, aluminum and medicines. Imports basically comprise capital goods and intermediate supply acquisition.

Argentina is one of the world tourist centers that experienced the biggest growth in the last years. Its natural internationally renowned attractions –Patagonian glaciers, Iguazú falls, Andean winter resorts, whale watching in Península Valdés and several World Heritage sites- have hotel infrastructure and services. The beauty of its cities and its music, particularly tango; adventure, ecological and rural ("estancias") tourism add to a panorama that can meet the most demanding visitor's requirements.



Ubicación en América del Sur
Location within South America



http://www.mecon.gov.ar
http://www.gobiernoelectronico.ar

CAPITAL: Ciudad Autónoma de Buenos Aires
PRESIDENTE: Dr. Néstor Kirchner
PARTIDO POLÍTICO GOBERNANTE: Justicialista
MANDATO: 2003 – 2007

SUPERFICIE: 2.767.000 km2
POBLACIÓN: 36.300.000 habitantes
DENSIDAD DE POBLACIÓN: 13 hab/km2
TASA ANUAL DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN: 10 por mil

EXPECTATIVA DE VIDA AL NACER: 72 años
TASA DE MORTALIDAD INFANTIL: 18 por mil
POBLACIÓN URBANA: 88% sobre el total
ALFABETISMO (% S/POBL. > 15 AÑOS): 97%
PBI PER CÁPITA (MÉTODO ATLAS): 4100 US$
TASA DE CRECIMIENTO DEL PBI 2003: 8.4%
EXPORTACIONES 2003: 29.349 millones de US$ FOB
SUPERÁVIT COMERCIAL 2003: 15.536 millones de US$ FOB

FUENTE: CFI E INDEC

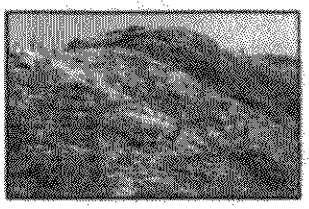
CAPITAL: Autonomous City of Buenos Aires
PRESIDENT: Dr. Néstor Kirchner
GOVERNING POLITICAL PARTY: Justicialista
TERM: 2003 – 2007

AREA: 2,767,000 sq. km
POPULATION: 36,300,000
POPULATION DENSITY: 13 inhab/sq. km
POPULATION GROWTH RATE: 10 ‰

LIFE EXPECTANCY AT BIRTH: 72 years
INFANT MORTALITY RATE: 18 ‰
URBAN POPULATION: 88% of the total
LITERACY (% POPUL. OVER 15 YEARS): 97%
GDP PER CAPITA (ATLAS METHOD): US$ 4100
2003 GDP GROWTH RATE: 8.4%
EXPORTS 2003: 29.3 BILLION US$ FOB
EXPORTS SURPLUS 2003: 15.53 billion US$ FOB

SOURCE: CFI AND INDEC

Provincia de Catamarca / Province of Catamarca





El sector primario de Catamarca genera el 26% del valor agregado total provincial, el sector secundario el 17%, y el 57% restante corresponde a la oferta de servicios financieros, de transporte y comunicaciones, comercio, turismo y gobierno.
A las producciones tradicionales del poroto, maíz, soja y vid, se suman los cultivos intensivos bajo riego, entre los que se destacan el olivo, el nogal, el algodón y la jojoba. En el sector minero, relevantes empresas internacionales realizan la extracción de cobre y oro –yacimiento Bajo de la Alumbrera– y de sales ricas en litio –Salar del Hombre Muerto.
En la actividad industrial son relevantes las firmas textiles, que producen hilados, tejidos y confecciones, como así también calzado, orientadas hacia el mercado interno y con capacidad de exportar al exterior.
Si bien las exportaciones provinciales están compuestas en su mayoría por mineral de cobre y oro, también participan en las ventas externas las confituras, los preparados de legumbres y hortalizas, quesos y aceites vegetales. El desarrollo de la infraestructura vial con Chile le abre perspectivas para su comunicación directa a los mercados del Pacífico.
Los atractivos turísticos aprovechan los paisajes de los valles, las sierras y las montañas, para ofrecer esparcimiento al visitante y oportunidades de turismo de aventura. Los restos de la civilización inca en esa área de influencia han dado lugar al turismo arqueológico, mientras los altos nevados andinos son muy visitados por escaladores de todo el mundo.

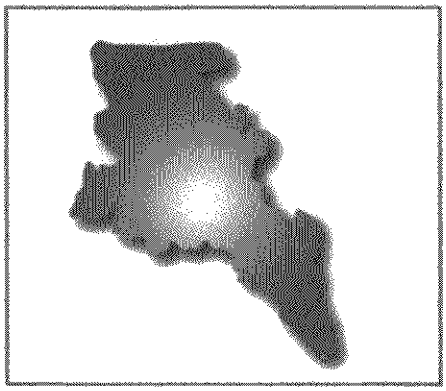
Catamarca's primary sector accounts for 26% of the provincial value added, the secondary sector contributes 17%, and the remaining 57% corresponds to the supply of financial, transport and communications, trade and government services.

Apart from the traditional bean, corn, soya and grapevine, there are significant intensive irrigated crops such as olive, walnut, cotton and jojoba. In the mining sector, important international companies are extracting copper and gold in Bajo de la Alumbrera, and rich lithium salts in Salar del Hombre Muerto.

Significant industrial activities are textile factories, that produce yarns, fabrics and clothing; footwear is sold in the domestic market, with export capacity.

The provincial exports mainly consist of copper mineral and gold, but also include confitures, legume and vegetable preparations, cheese and vegetal oils. Road infrastructure development with Chile opens a direct communication with Pacific markets.

Tourist attractions consist of valleys, sierras and mountains, offering recreation and adventure tourism. The remains of Inca civilization in the area give rise to archaeological tourism, while the snow-capped mountains are much visited by climbers from all over the world.





Ubicación de La Provincia de Catamarca en la Argentina
Location of Catamarca province within Argentina

http://www.catamarca.gov.ar

CAPITAL: San Fernando del Valle de Catamarca
GOBERNADOR: Ing. Eduardo Segundo Brizuela del Moral
PARTIDO POLÍTICO: Frente Cívico y Social
MANDATO: 2003-2007

SUPERFICIE: 102.602 km2
POBLACIÓN: 335.000 habitantes
DENSIDAD DE POBLACIÓN: 3,3 hab/km2
RED DE CAMINOS ASFALTADOS: 1.771 km

EXPORTACIONES 2002: 599 millones de US$ FOB
- MINERALES DE COBRE Y CONCENTRADOS: 561 millones de US$ FOB
- ORO: 21 millones de US$ FOB
- CONFITURAS: 6 millones de US$ FOB
- HORTALIZAS SECAS: 4 millones de US$ FOB
- OTROS PRODUCTOS VEGETALES: 2 millones de US$ FOB

FUENTE: CFI E INDEC

CAPITAL: San Fernando del Valle de Catamarca
GOVERNOR: ING. Eduardo Segundo Brizuela del Moral
POLITICAL PARTY: Frente Cívico y Social
TERM: 2003-2007

AREA: 102,602 sq. km
POPULATION: 335,000
POPULATION DENSITY: 3.3 inhab./sq. km
PAVED ROAD NETWORK: 1,771 km

EXPORTS 2002: 599 million US$ FOB
- COPPER MINERALS AND CONCENTRATES: 561 million US$ FOB
- GOLD: 21 million US$ FOB
- CONFITURES: 6 million US$ FOB
- DRIED VEGETABLES: 4 million US$ FOB
- OTHER VEGETAL PRODUCTS: 2 million US$ FOB

SOURCE: CFI AND INDEC

Autoridades Provinciales / Provincial Authorities

Poder Ejecutivo Provincial

Gobernador: Ing. Eduardo Segundo Brizuela del Moral
Sarmiento 613 - (4700)
San Fernando del Valle de Catamarca
Tel.: (54-3833) 455333
Fax: (54-3833) 455332
E-mail: gobernadorbrizueladelmoral@cedeconet.com.ar

Ministro de Obras y Servicios Públicos
Secretario del Agua y del Ambiente

Ing. Juan Cristóbal Acuña
República 939 - (4700)
San Fernando del Valle de Catamarca
Tel.: (54-3833) 437584/85
E-mail: mosp-cat@arnet.com.ar

Secretario de Estado de Gabinete

Lic. Luis Roberto Luque
Sarmiento 613 - (4700)
San Fernando del Valle de Catamarca
Tel.: (54-3833) 455331
E-mail: robertoluque@cedeconet.com.ar

Subsecretario de Agricultura y Ganadería

Lic. Carlos Alberto Zanotti
Sarmiento 613 - (4700)
San Fernando del Valle de Catamarca
Tel.: (54-3833) 437544

Subsecretario de Planificación de Recursos Hídricos

Ing. Civil Víctor Roberto Galván
Av. Venezuela s/nº - Edificio CAPE - Pabellón 8
Tel.: (54-3833) 437874
E-mail: vrgalvan@yahoo.com.ar

Executive Branch

Governor: Eng. Eduardo Segundo Brizuela del Moral
Sarmiento 613 - (4700)
San Fernando del Valle de Catamarca
Phone: (54-3833) 455333
Fax: (54-3833) 455332
E-mail: gobernadorbrizueladelmoral@cedeconet.com.ar

Minister of Public Works and Services
Secretary for Water and Environment

Eng. Juan Cristóbal Acuña
República 939 - (4700)
San Fernando del Valle de Catamarca
Phone: (54-3833) 437584/85
E-mail: mosp-cat@arnet.com.ar

Secretary of State for the Cabinet

Lic. Luis Roberto Luque
Sarmiento 613 - (4700)
San Fernando del Valle de Catamarca
Phone: (54-3833) 455331
E-mail: robertoluque@cedeconet.com.ar

Undersecretary for Agriculture and Livestock

Lic. Carlos Alberto Zanotti
Sarmiento 613 - (4700)
San Fernando del Valle de Catamarca
Phone: (54-3833) 437544

Undersecretary for Human Resources Planning

Civil Eng. Víctor Roberto Galván
Av. Venezuela s/nº - Edificio CAPE - Pabellón 8
Phone: (54-3833) 437874
E-mail: vrgalvan@yahoo.com.ar

Catamarca 12/22/04 7:55 PM Page 7

Ubicación Geográfica

La provincia de Catamarca, se encuentra ubicada en el noroeste de la República Argentina, entre los 25° 12´ y los 30° 04´ de latitud sur, y entre los 69° 03´ y los 64° 58´de longitud oeste. La superficie del territorio es de 102.602 km2 (2,7% del total nacional) y limita al norte con la provincia de Salta, al noreste con Tucumán, al este con Santiago del Estero, al sudoeste con La Rioja, al sur con Córdoba y al oeste con la República de Chile.

Clima

La provincia integra la región semiárida de la Argentina. El clima es templado continental, con una precipitación media anual entre los 400 y 500 mm en el este, pero con marcada disminución hacia el oeste (Puna Cordillerana con menos de 150 mm), compensada parcialmente por nieve. Las temperaturas medias anuales son de 20° C en el este y centro, y se registran marcas de hasta 45° C en el verano. En cambio, en las regiones montañosas ubicadas al oeste, por efecto de altura, el invierno es muy frío (si bien la marca no baja de los -30° C).

En general el clima es benigno para la mayoría de las actividades propias de climas templados.

Recursos hídricos

En las provincias de la región semiárida, las acumulaciones nivales del oeste (cordillera) causan la formación de importantes ríos de deshielo que, al descender y desembocar en la llanura, permiten desarrollar verdaderos oasis cultivados por regadío.

La presencia de sucesivas cadenas montañosas abruptas de dirección norte-sur, impiden la llegada de esas aguas a las regiones del este. Más bien tienden a derivarlas hacia el norte, fuera del territorio provincial, o hacia cuencas sin salida, generalmente salinas. Dadas estas características, cada uno de los valles catamarqueños se ve obligado a autoabastecerse con los recursos de agua generados en su propia cuenca imbrífera. Como esa posibilidad es limitada, se ha llegado a un equilibrio "área regable-población".

En tal sentido, Catamarca es un ejemplo notable de la relación hombre-agua: Un mapa de la densidad poblacional, prácticamente, lo es también de los caudales superficiales disponibles para riego.

Es de destacar la buena disponibilidad de estos caudales superficiales, como así también la existencia de importantes reservas subterráneas totalmente aptas para la actividad productiva y el consumo humano.

Geographic location

Catamarca province is situated in the northwest of the Argentine Republic, between 25° 12´ and 30° 04´south latitude, and between 69° 03´and 64° 58´west longitude. It has an area of 102,602 sq. km. It is bounded by Salta on the north, Tucumán on the northeast, Santiago del Estero on the east, La Rioja on the southwest, Córdoba on the south, and by Chile on the west.

Climate

This province is part of the semiarid region of Argentina. Climate is temperate continental, with annual mean rainfall between 400 and 500 mm in the east, with significant decrease to the west (the Andean Puna shows less than 150 mm), partly compensated with snow. Annual mean temperatures in the east and center are 20°C / 68°F, up to 45°C / 113°F in summer. On the other hand, winter is very cold in the mountainous regions in the west, due to altitude, though temperatures do not drop below -30°C / -22°F.

Climate in general is mild for most activities common to temperate climates.

Water resources

In the provinces of the semiarid region, the snow accumulations in the west (cordillera) bring about the formation of important thaw rivers, which coming down and flowing into the plain cause the formation of veritable oasis cultivated under irrigation.

The presence of successive steep mountain ranges from north to south, prevent these waters from entering the eastern regions. They are rather directed either to the north, outside the provincial territory or dead-end basins, usually salt marshes. Due to these characteristics, each Catamarca valley is forced to self-supply from the water resources generated in their own watersheds. Since this is a limited possibility, a balance of "area to irrigate-population" was reached.

In this sense, Catamarca is an outstanding example of the man-water relationship: A map of population density, is almost a map of the superficial flows available for irrigation.

It is worth mentioning the good availability of these superficial flows, as well as the existence of important underground reserves totally suitable for productive activity and human consumption

Dinámica poblacional

La población de la provincia de Catamarca, asciende actualmente a 332.390 habitantes. El 61,94% se concentra en localidades de más de 2.000 habitantes y un 41,7% lo hace en la capital. En el último período intercensal, (1980/1991) la tasa de crecimiento poblacional fue de 23,1 por mil (2,3%).

Teniendo en cuenta la estructura por sexo, el 49,7% son varones y el 50,3% son mujeres. Por su parte, la densidad poblacional es de 3,1 habitantes por km2.

Grupos de edades

Según el Censo de 1991, los grupos de edades más numerosos se sitúan en la base de la pirámide demográfica, entre 0 y 14 años, sumando el 36,8% de la población total de la provincia.

Datos del mismo censo muestran que al agregado de las denominadas edades activas (15 a 64 años) le corresponde el 56,4%. Por su parte, los mayores de 64 años participan con sólo el 6,8% restante, completando el perfil de una pirámide joven.

Constituye una fortaleza de Catamarca el hecho de contar con una población mayoritariamente joven, con un regular crecimiento vegetativo y un movimiento migratorio que ha dejado saldos positivos en los últimos años y pone a la provincia en inmejorables condiciones para protagonizar un proceso intensivo de desarrollo económico y social.

División política de la provincia

La provincia de Catamarca, cuya ciudad capital es San Fernando del Valle de Catamarca, posee 16 departamentos y 36 municipios con poderes políticos y administrativos propios.

Sistema territorial

Localización y articulaciones

La provincia de Catamarca se encuentra inserta en un contexto macrorregional conformado, además, por la provincia de La Rioja y la Región de Atacama de la República de Chile. Actualmente, los Gobiernos respectivos, realizan reuniones en las que se resuelven temas que hacen a su complementariedad.

La vinculación vial de la provincia a la macrorregión se establece por la Ruta Nacional N°60, que a través del Paso de San Francisco permite arribar a Copiapó (Chile), y de allí a los puertos chilenos. La misma ruta hacia el sur la vincula con Córdoba y el resto del país. La Ruta Nacional N° 38 permite la articulación hacia el sudoeste con La Rioja, y posibilita el acceso a la zona de Cuyo, Mendoza y San Juan, y hacia el norte con

Population overview

Catamarca's population comes up to 332,390. 61,94% is concentrated in localities with over 2,000 inhabitants, and 41% live in the capital. Population growth rate in the last inter-censal period (1980/1991) was 23,1‰ (2.3%)

Structure by gender structure shows that 49.7% are male and 50.3%, female, while population density is 3.1/km2.

Age groups

According to Census 1991, the larger age groups correspond to the base of the population pyramid, between 0 and 14 years, amounting to 36.8% of Catamarca's total population.

The same census shows that the aggregate of the so called active ages (15 to 64 years) is 56.4%. On the other hand, those older than 64 represent only a share of 6.8%; a young pyramid is thus completed.

A majority of young population is one Catamarca's strength, with a steady growth and migration movement, with positive balance in the last years. This places the province in excellent conditions for an intensive process of social and economic development.

Political division of the province

The province of Catamarca, whose capital city is San Fernando del Valle de Catamarca, is made up of 16 departments and 36 municipalities with separate political and administrative powers.

Territorial system

Location and articulations

The province of Catamarca is inserted in a macroregional context, also formed by the province of La Rioja and the Atacama Region of Chile. Currently, the respective governments are holding meetings on different subject matters.

Road linking to the macroregion is by National Route N° 60, through Paso de San Francisco, crossing to Copiapó (Chile) and from there to Chilean ports. The same route to the south links Catamarca to Córdoba and the rest of the country. National Route N° 38 allows the connection to the south west with La Rioja, and the access to the Cuyo region, Mendoza and San Juan, and to the north with Tucumán and Salta. These routes are the "Linking axes to the macroregion", also connects Catamarca to other regions of the country, mainly to the Mercosur corridors.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTE
Dr. Manuel
Belgrano

Tucumán y Salta. Estas rutas son los "Ejes de enlace con la macrorregión" que, además, hacen posible la integración de Catamarca hacia otras regiones del territorio nacional, principalmente a los corredores del Mercosur.

A estas vías de comunicación se suman, la Ruta Nacional N° 157, que recorre la zona este de la provincia en dirección norte-sur y la Ruta Nacional N° 40, que atraviesa el oeste catamarqueño en idéntica dirección, conformando los llamados "corredores viales de integración regional".

En la provincia se identifican tres sistemas regionales condicionados por distintos aspectos históricos, culturales, urbanos y ambientales.

Región Central

Nodo articulador del desarrollo, centro tradicional de peregrinación rodeado de verdes villas serranas.

En ella pueden distinguirse dos zonas:
el Gran Catamarca y el Cinturón Serrano.

En el Gran Catamarca se ubica la capital provincial y casi el 50% de la población total de la provincia.

La actividad económica de esta zona es diversificada. Es de destacar la existencia de un importante parque industrial como consecuencia de la implementación de la Ley Nacional de Promoción Industrial N° 22701 y el fuerte desarrollo de grandes proyectos agropecuarios que están en marcha a través del mecanismo promocional vigente de pago diferido de Impuestos Nacionales (IVA, Ganancias), más conocido como Diferimientos Impositivos, previsto por la misma Ley. Por otra parte se cuenta con una importante estructura comercial y de servicios a escala provincial.

En cuanto a la infraestructura, la red vial es óptima y permite la articulación con la región, y los servicios de energía y telecomunicaciones son adecuados y con buena cobertura en la zona.

El Cinturón Serrano se estructura alrededor de la capital provincial, ocupando quebradas y bolsones con microclimas de montaña. Su principal atractivo es el paisaje, que brinda excelentes posibilidades para el desarrollo de la actividad turística.

Región Este

Eje inter-regional con fuertes vinculaciones e infraestructura

Esta región se estructura sobre un importante eje de vinculación regional, la Ruta Nacional N° 157. Los centros urbanos se localizan en nudos viales y las áreas

There is also the National Route N° 157, which crosses the east region of the province from north to south, and the National Route N° 40, running north-south across the west region, forming the so called "road corridors of regional integration".

Three regional systems can be identified in the Province, determined by different historical, cultural, urban and environmental aspects.

Central Region

A node articulating development, a traditional pilgrimage center surrounded by green mountain towns

It comprises two areas:
Greater Catamarca and the Belt of Sierras.

In the Greater Catamarca is located the provincial capital and almost 50% of the total population.

The economic activity in this region is diversified. It is worth mentioning a large industrial park built after the implementation of the National Industrial Promotion Act N° 22701, and the strong development of agricultural and livestock projects being developed under the promotion system of deferred payment of the national taxes (VAT, income tax). This mechanism is better known as Tax Deferrals, set forth under the same law. On the other hand, the region has an important commercial and services structure at a provincial scale.

Regarding infrastructure, an excellent road network allows articulation with the region, while adequate energy and telecommunication services have good covering in the region.

The Belt of Sierras surrounds the provincial capital, and occupies gorges and pockets with mountain macroclimates. Its main attraction are its landscape, with excellent possibilities of developing tourist activity.

East Region

Inter-regional axis with good linking and infrastructure

This region is structured on a significant axis of regional linking, the National Route N° 157. The urban centers are located in road networks, while rural areas have small population centers.

Two zones can be distinguished, characterized by their relevant economic activity. The North Agricultural Zone, where agriculture is practiced on plains and piedmont dryland (tobacco, soya and other field crops). The Industrial and Livestock South Zone (also favored with the National Industrial Promotion Act), where are urban

rurales poseen pequeños núcleos poblacionales.
Se distinguen dos zonas caracterizadas por su actividad económica más importante: la Zona Norte Agrícola, donde se practica la agricultura de llano y piedemonte a secano (tabaco, soja y otros cultivos extensivos), y la Zona Sur Industrial y Pecuaria (también favorecida por la Ley Nacional de Promoción Industrial), donde existen centros urbanos con gran accesibilidad e infraestructura apropiada para la radicación de industrias. En esta Zona, la actividad tradicional es la explotación pecuaria, principalmente de caprinos y el resto bovinos.

Región Oeste

Área de grandes emprendimientos mineros y lugares con importante patrimonio cultural y natural

Es la región más amplia del territorio provincial con una baja densidad poblacional. Se definen dos zonas: la Andina y la Calchaquí.
La Zona Andina está caracterizada por asentamientos dispersos localizados en oasis y pequeños poblados aislados en extensas mesetas desérticas con bloques montañosos, con altitudes superiores a los 3000 m.s.n.m. y un clima riguroso, además de un frágil equilibrio ambiental.

La actividad económica tradicional de la zona está centrada en la producción y procesamiento de lanas de camélidos y ovinos con técnicas artesanales. No obstante, la actividad minera que comienza a desarrollarse es muy importante, habiéndose puesto en marcha un megaproyecto minero para la extracción de sales de litio, más conocido como "Salar del Hombre Muerto" que, con una inversión inicial de 110 millones de dólares, constituye uno de los yacimientos de litio más importantes a nivel mundial.

Las características espaciales y culturales de esta zona son de gran atractivo para proyectos de turismo ecológico.

La Zona Calchaquí es un extenso territorio montañoso, ocupado por varios núcleos urbanos con sus áreas de influencia desarrollándose sobre las cuencas hídricas.
En cuanto a la actividad económica tradicional, se observa el desarrollo agrícola bajo riego, principalmente la vid, el nogal y las especias, como así también de la industria vinícola, textil y de dulces regionales.

No obstante, esta zona está llamada a convertirse en el principal motor del desarrollo provincial y uno de los más importantes a nivel nacional, a través de la explotación de los grandes yacimientos mineros, los que generan, además de las cuantiosas inversiones directas, una fuerte incorporación de infraestructura, equipamientos y actividades de servicio.

centers with easy accessibility and an adequate infrastructure to establish industries. The traditional activity in this Zone is livestock, mainly goats, and the rest cattle.

West Region

An area with large mining enterprises and sites with important cultural and natural heritage

This is the largest region of the provincial territory, with low population density. There are two zones: Andean and Calchaquí.

The Andean zone is characterized by scattered settlements situated in oasis and small isolated locations in vast desert plateaus with mountain ranges; altitudes exceed 3000 meters above sea level, climate is rough, and the environmental balance fragile.

The traditional economic activity in the area is focused on the production and processing of Camelid and sheep wool using artisanal techniques. Nevertheless, mining activity is gaining importance; a mining megaproject is being carried out for lithium salts extraction. It is known as "Salar del Hombre Muerto", involving an initial investment of 110 million dollars and is one of the world biggest lithium deposits.

Its spatial and cultural characteristics make this zone appealing for ecological tourism projects.

The Calchaquí zone is an extensive mountainous territory, occupied by various urban centers with their service areas, developing in water basins. In relation to the traditional economic activity, irrigated agriculture is developed, mainly grape, walnut and aromatic herbs, as well as wine making, textiles and local fruit jams.

It also features a significant natural, archaeological and cultural heritage giving excellent opportunities to develop tourist enterprises.

VITIVINICULTURAL REGIONS OF THE ARGENTINE REPUBLIC

Northwest Region
Valleys of Catamarca Province

Location: Due to the characteristics of its relief, there are two clearly distinguishable areas: west and Catamarca Valley or east.

Soil and climate: relief is very mountainous and consequently, its climate depends on altitude. Annual rainfall in Catamarca Valley is around 400 mm. Soils are deep, loamy or lime-sandy, quite homogenous, medium and fine textured, poor in organic matter, limy, and overall,

Además cuenta con un importante patrimonio natural, arqueológico y cultural que brinda excelentes oportunidades para su aprovechamiento en emprendimientos turísticos.

REGIONES VITIVINÍCOLAS DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

Región Noroeste
Valles de la Provincia de Catamarca

Ubicación: Dadas las características de su relieve, pueden distinguirse netamente dos áreas: la occidental y la del Valle de Catamarca u oriental.

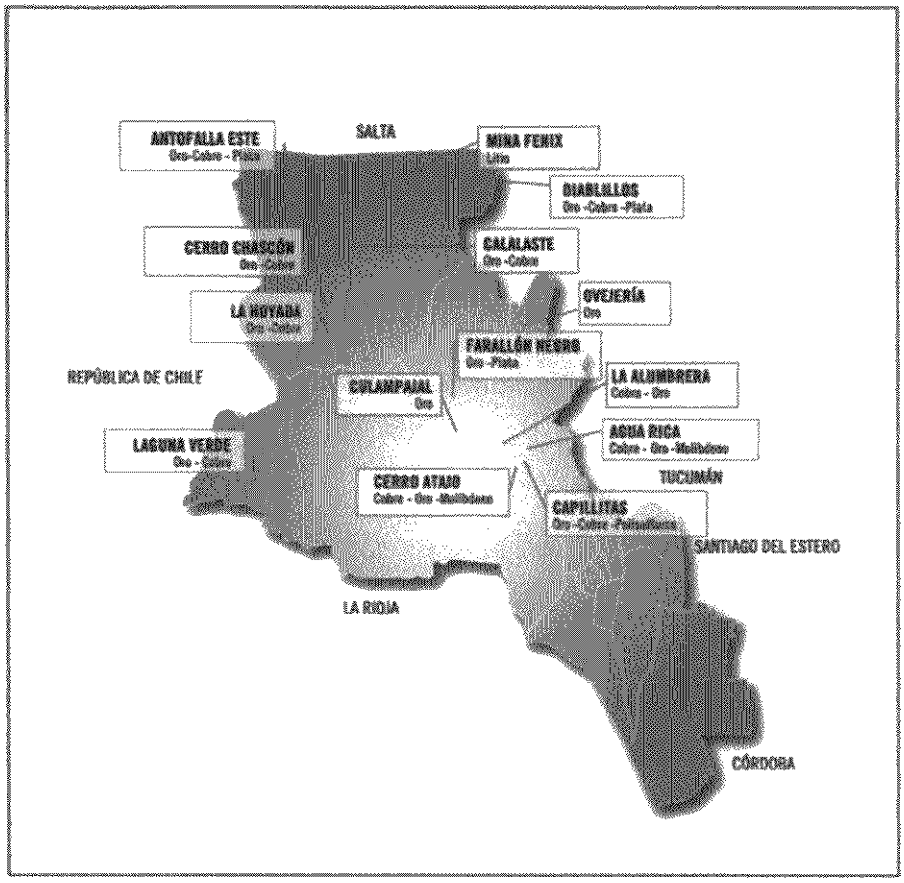
Suelo y clima: el relieve es muy montañoso y su clima depende, en consecuencia, de la altitud. El Valle de Catamarca tiene una precipitación anual de aproximadamente 400 mm. Los suelos son profundos, francos o limo-arenosos, bastante homogéneos, de textura media y fina, pobres en materia orgánica, calcáreos y en general, poco salinos. Las temperaturas estivales son elevadas. El oeste es más fresco, con precipitaciones anuales inferiores a 200 mm, distribuidas principalmente en el período estival.

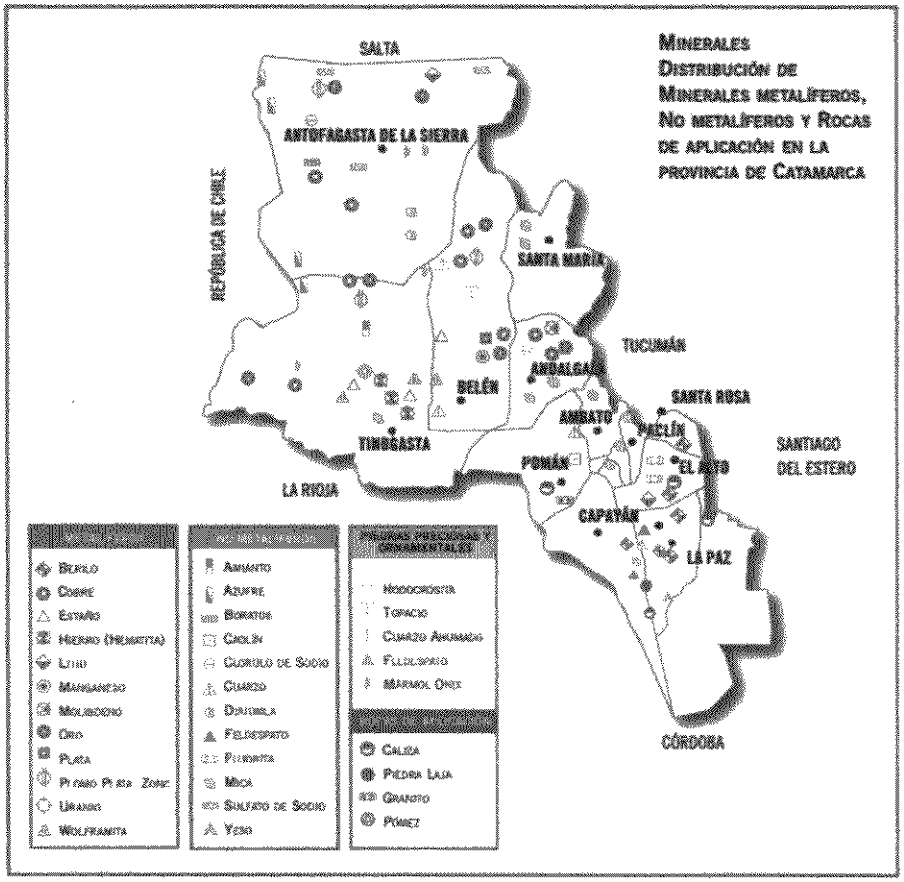
Variedades cultivadas más importantes: existe un neto predominio de las variedades rosadas y blancas de vinificar. La variedad Cereza, es utilizada con tres finalidades: vinificar, consumo en fresco y elaboración de pasas. También se cultivan en menor cantidad Torrontés Riojano, Sultanina Blanca, variedad para pasa, Bonarda y Moscatel de Alejandría. En el área occidental, el departamento Tinogasta, tiene prácticamente el 70% de la superficie vitícola de la provincia, dedicándose a la producción de uvas para consumo en fresco y para vinificar, con las que se elaboran vinos regionales. Aquí se concentra la mayor cantidad de bodegas de la provincia de Catamarca, que producen casi el 77% de la producción. Fiambalá, en el citado Departamento, produce uvas para pasa. En el área del valle, se destaca Capayán, dedicado a la producción de uvas para consumo en fresco. El sistema de conducción predominante es el parral, utilizándose también en menor proporción, la espaldera baja. En los últimos años se han incorporado nuevas técnicas de cultivo y tecnología en la parte industrial.

hardly saline. Summer temperatures are very high. The west is cooler, with annual rainfall below 200 mm, distributed mainly in summer.

Most important cultivars: there is a strong predominance of rosé and white grape varieties for winemaking. The Cereza cultivar is used with three purposes: winemaking, fresh consumption and raisins processing. In lesser amounts, varieties also grown are Torrontes Riojano, Sultanina Blanca, a cultivar for raisins, Bonarda and Moscatel de Alejandria. In the west area, the Tinogasta department comprises almost 70% of Catamarca grapevine area, engaging in grape production for fresh consumption and winemaking, going to the processing of regional wines. It concentrates the largest number of wineries of the province, producing 77% of the total production. Fiambalá, in the same department produces grapes for raisin. In the valley area, Capayán produces grapes for fresh consumption. The most widely used training method is the vine, and to a lesser degree, the low espalier. In the last years, new growing techniques and industrial technology have been incorporated.

CATAMARCA: Principales Yacimientos Mineros **CATAMARCA: Main Mining Deposits**




MINERALES
DISTRIBUCIÓN DE MINERALES METALÍFEROS, NO METALÍFEROS Y ROCAS DE APLICACIÓN EN LA PROVINCIA DE CATAMARCA
SALTA
ANTOFAGASTA DE LA SIERRA
REPÚBLICA DE CHILE
SANTA MARIA
TUCUMÁN
ANDALGALA
BELÉN
SANTA ROSA
AMBATO
PACLÍN
TINOGASTA
PONÓN
EL ALTO
SANTIAGO DEL ESTERO
LA RIOJA
CAPAYÁN
LA PAZ
CÓRDOBA
Berilo
Cobre
Estaño
Hierro (Hematita)
Litio
Manganeso
Molibdeno
Oro
Plata
Plomo Plata Zinc
Uranio
Wolframita
Amianto
Azufre
Boratos
Caolín
Cloruro de Sodio
Cuarzo
Diatomita
Feldespato
Flogopita
Mica
Sulfato de Sodio
Yeso
Hidrocrostita
Topacio
Cuarzo Ahumado
Feldespato
Marmol Onix
Caliza
Piedra Laja
Granito
Pómez

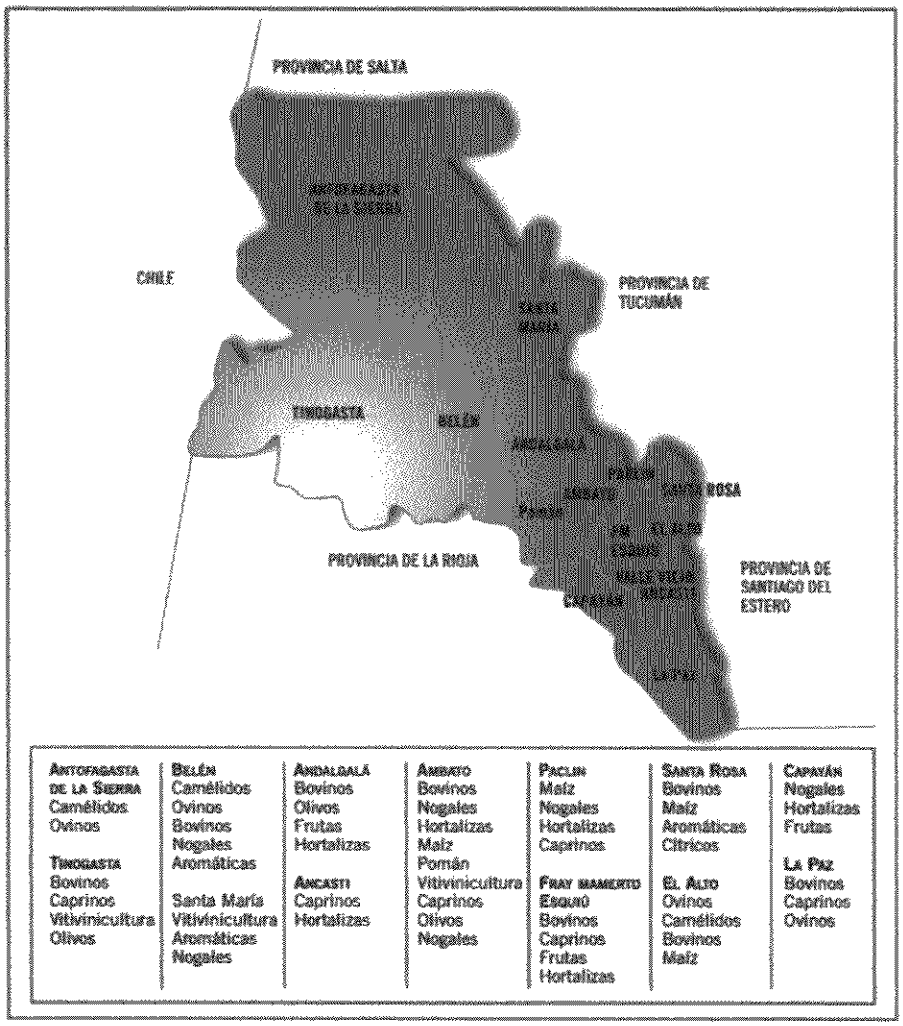
CATAMARCA: Cuencas Hidrográficas

CATAMARCA: Hydrographic Basins



Mapa productivo de Catamarca

Production map of Catamarca



Antofagasta de la Sierra
Camélidos
Ovinos

Tinogasta
Bovinos
Caprinos
Vitivinicultura
Olivos

Belén
Camélidos
Ovinos
Bovinos
Nogales
Aromáticas

Santa María
Vitivinicultura
Aromáticas
Nogales

Andalgalá
Bovinos
Olivos
Frutas
Hortalizas

Ancasti
Caprinos
Hortalizas

Ambato
Bovinos
Nogales
Hortalizas
Maíz
Pomán
Vitivinicultura
Caprinos
Olivos
Nogales

Paclín
Maíz
Nogales
Hortalizas
Caprinos

Fray Mamerto Esquiú
Bovinos
Caprinos
Frutas
Hortalizas

Santa Rosa
Bovinos
Maíz
Aromáticas
Cítricos

El Alto
Ovinos
Camélidos
Bovinos
Maíz

Capayán
Nogales
Hortalizas
Frutas

La Paz
Bovinos
Caprinos
Ovinos

Argentina

Provincia de Catamarca

I MISION TECNICA INSTITUCIONAL AL EXTERIOR
I TECHNICAL INSTITUTIONAL MISSION ABROAD



PROVINCIA DE
CATAMARCA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
SAN MARTÍN 871 - C1004AAQ - CAPITAL FEDERAL - ARGENTINA
Tel.: (54 - 11) 4317-6700 - Fax: (54-11) 4315-1258
www.cfired.org.ar

octubre 2004

EVENTO	La Rioja:Mision Ext.
DISEÑO	Catalogo

RIOJA 12/22/04 8:09 PM Page 1





Argentina

Provincia de La Rioja

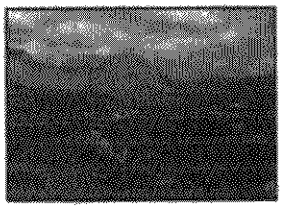
I MISION TÉCNICA INSTITUCIONAL AL EXTERIOR
I TECHNICAL INSTITUTIONAL MISSION ABROAD

PROVINCIA DE
LA RIOJA

República Argentina / Argentine Republic

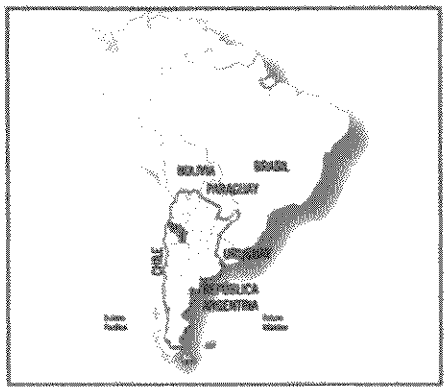






El sector primario genera el 5% del valor agregado nacional, el sector secundario el 29% y el 66% restante corresponde a la oferta de servicios financieros, de transporte y comunicaciones, comercio, turismo y gobierno.
La actividad agrícola aporta más de 60 millones de toneladas de cereales y oleaginosas –básicamente soja, trigo y maíz y la ganadería cuenta con un stock de 48 millones de cabezas bovinas y 22 millones ovinas. En la producción minera se destaca la extracción de petróleo –45 millones de m3– y gas –45 mil millones de m3. La pesca marítima es de alrededor de las 900 toneladas.
En la actividad industrial predominan las ramas de alimentos, bebidas y tabaco, y la de textiles, caucho y cuero, con alrededor del 60% del total de producción. Le siguen en importancia las manufacturas de productos químicos, las refinerías de petróleo, la fabricación de maquinaria, equipos de transporte y siderurgia.
Las exportaciones son lideradas por el complejo sojero (porotos, aceites, pellets y harinas), casi una cuarta parte de las ventas al exterior. El petróleo y gas le siguen en importancia, y son relevantes también las colocaciones de vehículos y partes, trigo, maíz, cuero y subproductos, cobre, girasol, tubos sin costura, aluminio y medicamentos. Las importaciones atienden básicamente la adquisición de bienes de capital e insumos intermedios.
La Argentina es uno de los centros turísticos mundiales de mayor crecimiento en los últimos años. Sus atractivos naturales de relevancia internacional –los glaciares patagónicos, las cataratas del Iguazú, los centros invernales sobre los Andes, el avistaje de ballenas en la Península Valdés y varias áreas consideradas del patrimonio universal– están dotados de una moderna infraestructura hotelera y de servicios en general. La belleza de sus ciudades y de su música, particularmente el tango, y el turismo de aventura, ecológico y de estancia completan un panorama que satisface las inquietudes de cualquier viajero exigente.

The primary sector accounts for 5% of the country's value added, the secondary sector contributes 29% and the remaining 66% corresponds to the supply of financial, transport and communications, trade, tourism and government services.
Agriculture provides over 60 million ton of grains and legumes mainly soya, wheat and corn; animal husbandry records a herd of 48 million head of cattle, and 22 million head of sheep. Petroleum extraction is an outstanding mining activity –45 million cub. m-, and gas comes up to 45 billion cub. m. Sea fishing amounts to nearly 900 tons.
Significant industrial branches are food, beverage and tobacco, textiles, rubber and leather, which account for 60% of the global production. Next come chemical products, and petroleum refinery; machinery and transportation equipment and siderurgy.
Leading export items -soya and soya products (soyabean, oil, pellets and meal)- amount to almost one quarter of the total. Next in importance are petroleum and gas, besides vehicles and parts, wheat, corn, leather and leather products, copper, sunflower, seamless tubes, aluminum and medicines. Imports basically comprise capital goods and intermediate supply acquisition.
Argentina is one of the world tourist centers that experienced the biggest growth in the last years. Its natural internationally renowned attractions –Patagonian glaciers, Iguazú falls, Andean winter resorts, whale watching in Península Valdés and several World Heritage sites- have hotel infrastructure and services. The beauty of its cities and its music, particularly tango; adventure, ecological and rural ("estancias") tourism add to a panorama that can meet the most demanding visitor's requirements.



Ubicación en América del Sur
Location within South America



http://www.mecon.gov.ar
http://www.gobiernoelectronico.ar

CAPITAL: Ciudad Autónoma de Buenos Aires
PRESIDENTE: Dr. Néstor Kirchner
PARTIDO POLÍTICO GOBERNANTE: Justicialista
MANDATO: 2003 – 2007

SUPERFICIE: 2.767.000 km2
POBLACIÓN: 36.300.000 habitantes
DENSIDAD DE POBLACIÓN: 13 hab/km2
TASA ANUAL DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN: 10 por mil

EXPECTATIVA DE VIDA AL NACER: 72 años
TASA DE MORTALIDAD INFANTIL: 18 por mil
POBLACIÓN URBANA: 88% sobre el total
ALFABETISMO (% S/POBL. > 15 AÑOS): 97%
PBI PER CÁPITA (MÉTODO ATLAS): 4100 US$
TASA DE CRECIMIENTO DEL PBI 2003: 8.4%
EXPORTACIONES 2003: 29.349 millones de US$ FOB
SUPERÁVIT COMERCIAL 2003: 15.536 millones de US$ FOB

FUENTE: CFI e INDEC

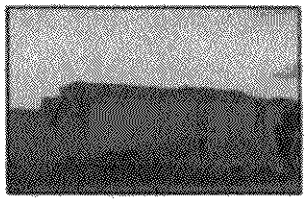
CAPITAL: Autonomous City of Buenos Aires
PRESIDENT: Dr. Néstor Kirchner
GOVERNING POLITICAL PARTY: Justicialista
TERM: 2003 – 2007

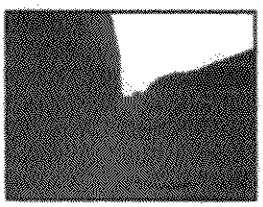
AREA: 2,767,000 sq. km
POPULATION: 36,300,000
POPULATION DENSITY: 13 inhab/sq. km
POPULATION GROWTH RATE: 10 ‰

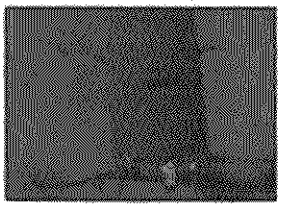
LIFE EXPECTANCY AT BIRTH: 72 years
INFANT MORTALITY RATE: 18 ‰
URBAN POPULATION: 88% of the total
LITERACY (% POPUL. OVER 15 YEARS): 97%
GDP PER CAPITA (ATLAS METHOD): US$ 4100
2003 GDP GROWTH RATE: 8.4%
EXPORTS 2003: 29.3 BILLION US$ FOB
EXPORTS SURPLUS 2003: 15.53 billion US$ FOB

SOURCE: CFI AND INDEC

RIOJA 12/22/04 8:09 PM Page 4

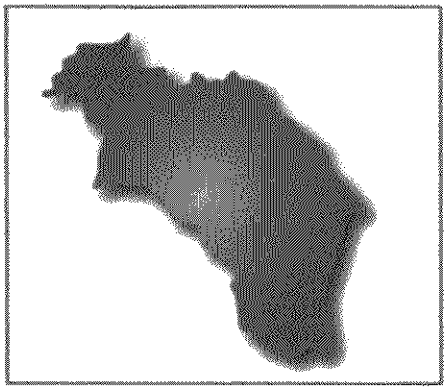






El sector primario de La Rioja genera el 4% del valor agregado total provincial, el sector secundario el 19%, y el 77% restante corresponde a la oferta de servicios financieros, de transporte y comunicaciones, comercio, turismo y gobierno.
En la actividad agropecuaria se destacan los nuevos cultivos intensivos bajo riego, básicamente el del olivo, que se agregan a la tradicional vitivinicultura –con vino y subproductos de la vid– y al nogal. En la minería predominan las rocas de aplicación pero tiene un importante potencial la explotación de minerales metalíferos, como el oro, plata y el cobre.
La actividad industrial, radicada principalmente en la ciudad capital, se encuentra muy diversificada. Además de las industrias de base agropecuaria –manufacturas de cueros, preparados con hortalizas, aceites y vinos finos–, se producen plásticos, cosméticos, artículos textiles, maquinaria y equipos, medicamentos, papel, vidrio, juguetes y videos, entre otros.
Las exportaciones riojanas se concentran fundamentalmente en cueros y pieles manufacturados, hortalizas preparadas, aceite de oliva, papel y tejidos de algodón, siendo relevantes también las ventas externas de vinos finos, medicamentos y aceite de jojoba.
El turismo aprovecha las bellezas naturales que posee la provincia. Los circuitos más importantes son los denominados "Valles y montañas", "Valle del Bermejo" y "Ruta de los caudillos", existiendo además alternativas en materia de agro y ecoturismo, turismo arqueológico y termas.

La Rioja's primary sector accounts for 4% of the global provincial value added, the secondary sector contributes 19%, and the remaining 77% corresponds to the supply of financial, transport and communications, trade, tourism and government services.
The most significant agricultural activities are the new irrigated intensive crops, chiefly olive trees, adding to the traditional viticulture –wine and grape by-products– and walnut trees. In mining predominate the building rocks, but the exploitation of metalliferous minerals such as gold, silver and copper have a significant potential.
The industrial activity, mainly concentrated in the capital city, is very diversified. Apart form the agriculture-based industries –leather manufactures, vegetable preparations, oils and fine wines–, the province also produces plastics, cosmetics, textile articles, machinery and equipments, medicines, paper, glass, toys and videos, among others.
Exports are basically focused on manufactured leather and furs, prepared vegetables, olive oil, paper and cotton fabric, though fine wines, medicines and jojoba oil are also important.
Tourism takes advantage of the province's natural beauty. The most important circuits are "Valleys and mountains", "Bermejo Valley" and "The Road of the Caudillos", together with other alternatives such as rural, ecological and archaeological tourism and thermal waters.





Ubicación de La Provincia de La Rioja en la Argentina
Location of La Rioja province within Argentina

http://www.larioja.gov.ar

CAPITAL: La Rioja
GOBERNADOR: Dr. Ángel Eduardo Maza
PARTIDO POLÍTICO: Justicialista
MANDATO: 2003 – 2007

SUPERFICIE: 89.680 km2
POBLACIÓN: 290.000 habitantes
DENSIDAD DE POBLACIÓN: 3.2 hab./km2
RED DE CAMINOS PAVIMENTADOS: 2.408 km

EXPORTACIONES 2002: 135 millones de US$ FOB
- CUEROS Y PIELES: 72 millones de US$ FOB
- HORTALIZAS PREPARADAS Y CONSERVADAS: 13 millones de US$ FOB
- ACEITE DE OLIVA: 10 millones de US$ FOB
- PAPELES ESTUCADOS: 9 millones de US$ FOB
- TEJIDOS DE ALGODÓN: 5 millones de US$ FOB

FUENTE: CFI E INDEC

CAPITAL: La Rioja
GOVERNOR: Dr. Ángel Eduardo Maza
POLITICAL PARTY: Justicialista
TERM: 2003 – 2007

AREA: 89,680 sq. km
POPULATION: 290,000
POPULATION DENSITY: 3.2 inhab./sq. km
PAVED ROAD NETWORK: 2,408 km

EXPORTS 2002: 135 million US$ FOB
- LEATHER AND FURS: 72 million US$ FOB
- PREPARED AND PRESERVED VEGETABLES: 13 million US$ FOB
- OLIVE OIL: 10 million US$ FOB
- STUCCO PAPER: 9 million US$ FOB
- COTTON FABRICS: 5 million US$ FOB

SOURCE: CFI AND INDEC

Infraestructura / Infrastructure

Costo de la tierra para uso agrícola: US$ 150/ha

Recursos hídricos

Calidad del agua: Apta para el cultivo

Cuencas:

Valle del Bermejo: caudal de explotación 150 a 200 m3/h

Valle Antinaco Los Colorados: aprovechamiento de aguas superficiales y subterráneas

Bañado de los Pantanos: con una superficie de 1500 km2, y un caudal de explotación de 108 a 200 m3/h

Amplia experiencia en tecnología de riego: costo integral de la estructura de riego: US$ 3000/ha

Cost of land for agriculture: US$ 150 per ha

Water resources

Water quality: suitable for agriculture

Basins:

Bermejo Valley: flow for use: 150 to 200 m3/h.

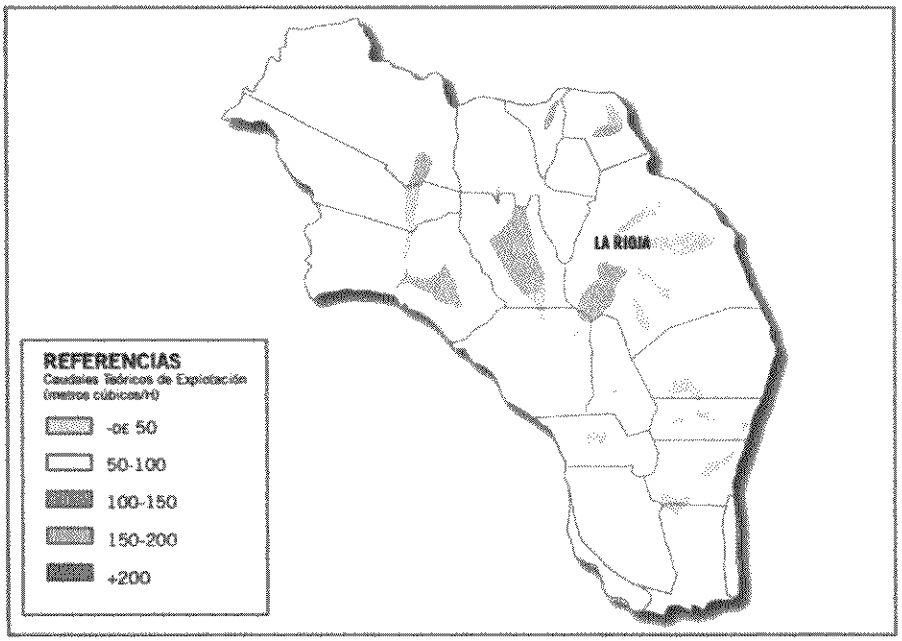
Antinaco Los Colorados Valley: tapping of superficial and underground waters.

Bañado de los Pantanos: with an area of 1500 km2, and a flow for use of 108 to 200 m3/h.

Wide experience in irrigation technology: total irrigation infrastructure cost: US$ 3000/ha.

Mapa hidrogeológico

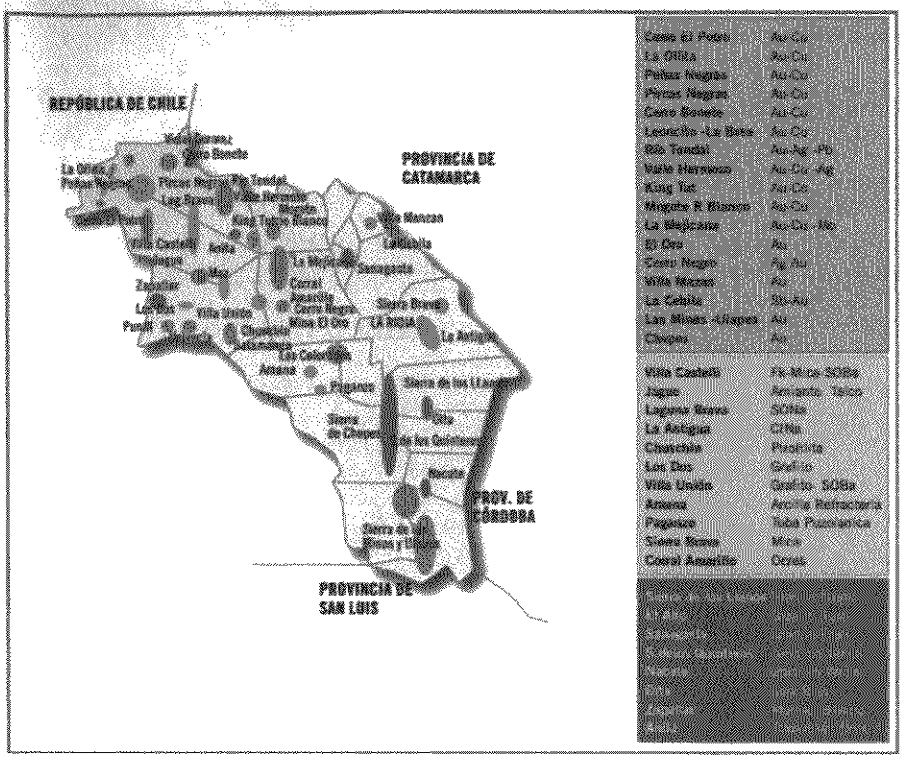
Hydrogeological map



RIOJA 12/22/04 8:10 PM Page 7

PROYECTOS, ÁREAS DE PRODUCCIÓN Y DISTRITOS EN EXPLORACIÓN

PROJECTS, PRODUCTION AREAS AND EXPLORATION DISTRICTS



RECURSOS MINERALES DISPONIBLES PARA INVERSIÓN

Metalíferos: Oro, plata, cobre, zinc, plomo, cobalto, níquel, antimonio, mercurio, tungsteno, uranio, oro aluvional.

No metalíferos: Pirofilista, feldespato, grafito, muscovita, amianto, cuarzo, baritina, fluorita, andalucita, ocres, diatomeas, caolín, yeso, bentonita, arcillas rojas, arcillas refractarias, cloruro de sodio, sulfato de sodio.

Rocas de aplicación: Granito negro, granito rojo, granitos tonos varios, piedra laja roja, piedra laja negra, mármol blanco, travertino, travertino onixado, calizas, tobas y tufitas puzolanicas, cenizas volcánicas, áridos.

INVESTMENT OPPORTUNITIES RELATED TO MINING RESOURCES

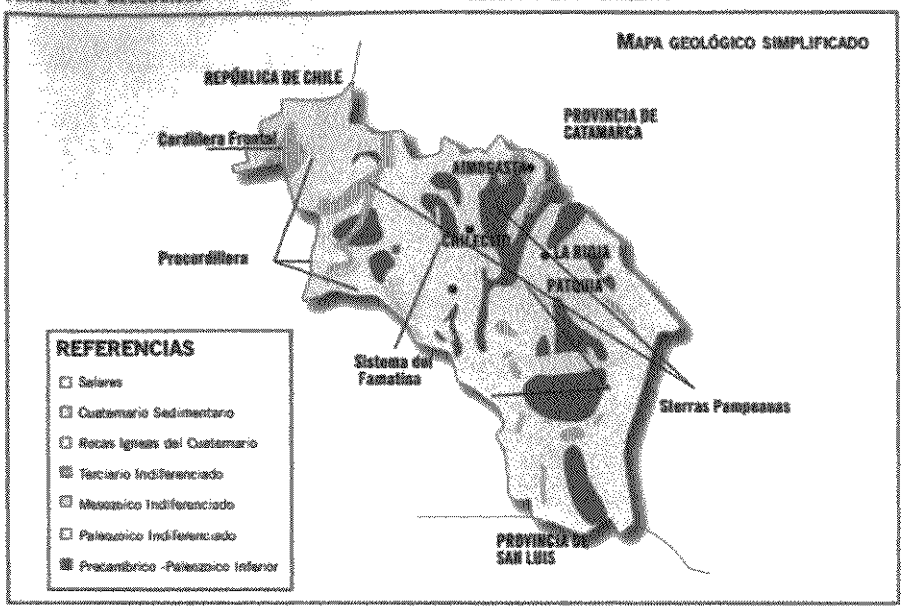
Metalliferous: gold, silver, copper, zinc, lead, cobalt, nickel, antimony, mercury, tungsten, uranium, alluvial gold.

Non metalliferous: pyrophyllite, feldspar, graphite, muscovite, amianthus, quartz, barite, fluorite, andalusite, ocher, diatoms, kaolin, gypsum, bentonite, red clays, fire clays, sodium chloride, sodium sulphate.

Ornamental rocks: black granite, red granite, various hues granites, red flagstone, black flagstone, white marble, travertine, onyxed travertine, limestone, pozzolana tufa, volcanic ashes, aggregates.

Posibilidades de Inversión
Ambientes Geológicos

Investment Possibilities
Geologic Environments



Potencialidad minera en cada ambiente geológico

CORDILLERA FRONTAL
Diseminados y Vetiformes de Au y Cu.
Minerales No metalíferos Varios

SISTEMA DEL FAMATINA
Diseminados de Au- Cu -Mo
Vetiforme de Au -Cu
Vetiforme de Ag
Aluviones Auríferos
Yacimientos Uraníferos
Minerales No metalíferos Varios
Rocas de Aplicación

PRECORDILLERA RIOJANA
Diseminados de Au
Estratoligados de Ag-Pb-Zn
Yacimientos Uraníferos
Minerales metalíferos Varios
Rocas de Aplicación

SIERRAS PAMPEANAS
Vetiforme de Au
Yacimientos Uraníferos
Minerales metalíferos varios
Rocas de Aplicación

Mining potential in each geological environment

FRONTAL CORDILLERA
Disseminated and Veined
Various Non Metalliferous Minerals

FAMATINA RANGE
Au- Cu -Mo Disseminated
Au - Cu Veined
Ag Veined
Auriferous Alluvions
Uranium Deposits
Various Non metalliferous Minerals
Ornamental Rocks

PRECORDILLERA LA RIOJA
Au Disseminated
Ag-Pb-Zn Stratabound
Uranium Deposits
Various Metalliferous Minerals
Ornamental Rocks

PAMPEAN SIERRAS
Au veined
Uranium Deposits
Various Metalliferous Minerals
Ornamental Rocks

RIOJA 12/22/04 8:10 PM Page 9

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO • MINERIA

• Ley Nacional Nº 24.196 de inversiones mineras.

• Monto de inversiones 92/96: US$ 40.000.000

• Necesidad de empresas de servicios de apoyo a la Minería:
- Infraestructura para el desarrollo
- Atención de campamentos
- Transportes
- Perforaciones
- Laboratorio para análisis y ensayos de muestras

• Atractivas oportunidades de inversión en:
Rocas de aplicación: granito, mármol y laja.
Minerales industriales: grafito, pirofilita, feldespato, mica, arcillas refractarias, talco, ocres, óxido de hierro, arcillas rojas.

• Oportunidad de inversión a través de la participación en la empresa Yacimientos Mineros Riojanos Sociedad de Economía Mixta (YAMIRI SEM), que lleva a cabo tareas de prospección de oro, plomo, plata y zinc y presta servicios para la industria minera.

OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN AGRÍCOLA • VID

La demanda internacional creciente de vinos finos genera una magnífica oportunidad para invertir en el desarrollo de variedades finas de uvas tintas como: Merlot, Syrah, Malbec, Bonarda, Cabernet Sauvignon, de excelentes rendimientos debido a las condiciones agroecológicas especiales de la provincia: Valle del Bermejo, Valle Antinaco Los Colorados, Dep. Castro Barros, Dep. Arauco, Dep. San Blas de los Sauces.

Situación actual

Superficie cultivada: 7800 ha

Producción anual 2000/2001: 120.000 tn

Uva para vinificar: 88,83% de la producción

Varietal preponderante: Torrontés Riojano
Varietales potenciales: Malbec, Cabernet Sauvignon

Exportaciones

1996	US$ 1.250.000
1997	US$ 1.437.500
1998	US$ 1.500.000
1999	US$ 2.037.000
2000	US$ 4.571.491
2001	US$ 5.749.081
2002	US$ 4.235.501

BUSINESS OPPORTUNITIES • MINING

• National Mining Investment Act Nº 24,196.

• Amount of investment for 92/96: US$ 40,000,000.

• Requirement of Mining support service companies:
- Infrastructure for development
- Camp services
- Transportation
- Drilling
- Analysis and sample testing laboratory

• Interesting investment opportunities:
Ornamental rocks: granite, marble and flagstone.
Industrial minerals: graphite, pyrophyllite, feldspar, mica, fire clays, talcum, ochers, iron oxide, red clays.

• Investment opportunities through "Yacimientos Mineros Riojanos Sociedad de Economía Mixta" (YAMIRI SEM), an enterprise dealing in prospecting of gold, lead, silver and zinc, and rendering services to the mining industry.

INVESTMENT OPPORTUNITIES AGRICULTURE • GRAPE

The increasing international demand of fine wines, offers a great opportunity to invest on the development of fine red grape cultivars, such as Merlot, Syrah, Malbec, Bonarda, and Cabernet Sauvignon. Yields are excellen due to the agroecological conditions prevailing in the province: Bermejo Valley, Antinaco Los Colorados Valley, Castro Barros Depart., Arauco Depart., Blas de los Sauces Depart.

Current situation

Cultivated area: 7800 ha

Annual production 2000/2001: 120,000 tn

Grape for wine-making: 88,83% of total production
Prevailing cultivar: Torrontes Riojano
Potential cultivars: Malbec and Cabernet Sauvignon

Exports

1996	US$ 1,250,000
1997	US$ 1,437,500
1998	US$ 1,500,000
1999	US$ 2,037,000
2000	US$ 4,571,491
2001	US$ 5,749,081
2002	US$ 4,235,501

Uva para pasa orgánica: 7,45%

Destinos de exportación: Alemania, Bélgica, Brasil, Canadá, Colombia, Corea, Costa Rica, Dinamarca, España, Holanda, Inglaterra.

OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN AGRÍCOLA • OLIVO

Superficie cultivada: 16.450 ha

Superficie promocionada: 20.775 ha

Producción pico anual: 12.000 tn

Producción potencial: 250.000 tn

Distribución actual: 43% para conserva
57% para aceite

Variedad preponderante: Arauco

Variedades potenciales: Manzanilla Real (apta para descarozado automático)
Arbequina

Exportaciones 2002: Aceitunas: US$ 13.623.660
Aceite de oliva: US$ 10.350.188

Destinos de exportación: Brasil, Canadá, Corea, España, Paraguay, Uruguay y EE.UU.

OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN AGRÍCOLA • CULTIVOS INNOVATIVOS

Nuevas áreas de inversión en el sector no tradicional para el desarrollo de cultivos innovativos

El desarrollo de cultivos innovativos surge a partir de la firma de convenios con la Asociación de Amigos de la Universidad de Ben Gurion y de la Fundación Chile, y de acuerdo con las características agroecológicas del Valle del Bermejo, (Departamentos Lamadrid, Felipe Varela y Vinchina) en donde se puede invertir en cultivos con demanda creciente en el mercado internacional.

El Estado provincial mediante convenios de cofinanciación (US$ 15.000.000.-) con el BID, implementa la campaña sanitaria para establecer tratamientos y barreras tendientes a la erradicación en cinco años de la Mosca de la Fruta, habiéndose desarrollado hasta la fecha, tres campañas con excelentes resultados.

Grape for organic raisin: 7.45%

Export destinations: Germany, Belgium, Brazil, Canada, Colombia, Korea, Costa Rica, Denmark, Spain, Netherlands, England.

INVESTMENT OPPORTUNITIES AGRICULTURE • OLIVE

Cultivated area: 16,450 ha

Promotioned area: 20,775 ha

Peak annual production: 12,000 ton
Potential production: 250,000 ton

Present distribution: 43% for canning
57% for oil

Prevailing variety: Arauco

Potential varieties: Manzanilla Real (suitable for automatic pitting)
Arbequina

2002 exports: Olives: US$ 13,623,660
Olive oil: US$ 10,350,188

Destinations: Brazil, Canada, Korea, Spain, Paraguay, Uruguay, and U.S.A.

INVESTMENT OPPORTUNITIES AGRICULTURE • INNOVATIVE CROPS

New investment areas in a non traditional sector for innovative crops development

The development of innovative crops results from the agreements signed with the Asociación de Amigos de la Universidad de Ben Gurion and Fundación Chile, according to the agroecological features of the Bermejo Valley (Lamadrid, Felipe Varela and Vinchina departments) where there is a possibility of investment in crops which are increasingly demanded on the international market.

By means of co-financing (US$ 15,000,000) with the Inter-American Development Bank, the provincial Government is implementing a health campaign to establish treatment and barriers. Its five-year goal is to stamp out the Mediterranean fruit fly, having carried out three campaigns so far, with excellent results.

Los cultivos innovativos son

Melón	Pistacho
Uvas en fresco	Hierbas medicinales
Pasas de uva orgánicas	Aceitunas orgánicas
Sandía sin semilla	Tomate
Frutos de carozo	Tomate Cherry
Cítricos	Pimiento morrón
Granado	Aromáticas

The innovative crops are

Melon	Pistachio
Fresh grapes	Medicinal herbs
Organic raisins	Organic olives
Seedless watermelon	Tomato
Pit fruits	Cherry tomato
Citrus fruits	Bell pepper
Pomegranate	Aromatic plants

Cartera de Proyectos de Inversión en el Valle del Bermejo

Producción de alfalfa para semilla: 400 ha

Implantación de vid para vinificar: 100 ha

Implantación de duraznos: 50 ha

Investment projects portfolio in the Bermejo Valley

Growth of alfalfa for seed production: 400 ha

Plantation of grapevine for wine making: 100 ha

Planting of peaches: 50 ha

Autoridades Provinciales / Provincial Authorities

Poder Ejecutivo Provincial

Gobernador: Dr. Ángel Eduardo Maza
Casa de Gobierno: San Nicolás de Bari (O) esq. 25 de Mayo - 1° Piso
Tel.: (54-3822) 453000 / 453144 / 453233
Fax: (54-3822) 426592
E-mail: amaza@larioja.gov.ar

Ministerio de Industria, Comercio y Empleo

Titular: Ing. Jorge Domingo Bengolea
Hipólito Yrigoyen 148 - 3° Piso
Tel.: (54-3822) 453602 /453616 /4536100
Fax: (54-3822) 453616
E-mail: stp@larioja.gov.ar
Página web: http://www.larioja.gov.ar/industria

Subsecretaría de Comercio e Integración

Titular: Lic. Carlos Eudoro Alaniz Andrada
Pelagio B. Luna N° 816 - Planta Baja
Tel.: (54-3822) 453054 / 453071
Fax: (54-3822) 453052
E-mail: cealaniz@larioja.gov.ar /
integracion@larioja.gov.ar
sscel@larioja.gov.ar

Secretaría de Agricultura y Recursos Naturales o Administración Provincial del Agua

Titular: Ing. Luis E. Vergara
9 de Julio 156
Tel.: (54-3822) 453350
E-mail: apa@larioja.gov.ar / lvergara@larioja.gov.ar
Página web: http://www.larioja.gov.ar/apa

Departamento Arauco

Intendente: Sr. Nicolás Antonio Martínez
Viceintendente: Sr. César Patricio Córdoba
San Martín 315 - (5310) Aimogasta
Tel.: (54-3827) 420115/420596
Fax: (54-3827) 420115
E-mail: munarauco@larioja.gov.ar
Sitio Web: http://www.larioja.gov.ar/arauco
http://www.aimogasta.org.ar

Executive Branch

Governor: Dr. Ángel Eduardo Maza
House of Government: San Nicolás de Bari (O) esq. 25 de Mayo - 1° Piso
Phone: (54-3822) 453000 / 453144 / 453233
Fax: (54-3822) 426592
E-mail: amaza@larioja.gov.ar

Minister of Industry, Trade and Employment

Eng. Jorge Domingo Bengolea
Hipólito Yrigoyen 148 - 3° Piso
Phone: (54-3822) 453602 /453616 /4536100
Fax: (54-3822) 453616
E-mail: stp@larioja.gov.ar
Web page: http://www.larioja.gov.ar/industria

Undersecretary for Trade and Integration

Lic. Carlos Eudoro Alaniz Andrada
Pelagio B. Luna N° 816 - Planta Baja
Phone: (54-3822) 453054 / 453071
Fax: (54-3822) 453052
E-mail: cealaniz@larioja.gov.ar /
integracion@larioja.gov.ar
sscel@larioja.gov.ar

Secretariat for Agriculture and Natural Resources o Administración Provincial del Agua

Administrator: Ing. Luis E. Vergara
9 de Julio 156
Phone: (54-3822) 453350
E-mail: apa@larioja.gov.ar / lvergara@larioja.gov.ar
Web page: http://www.larioja.gov.ar/apa

Departament of Arauco

Mayor: Mr. Nicolás Antonio Martínez
Vice mayor: Mr. César Patricio Córdoba
San Martín 315 - (5310) Aimogasta
Phone: (54-3827) 420115/420596
Fax: (54-3827) 420115
E-mail: munarauco@larioja.gov.ar
Web page: http://www.larioja.gov.ar/arauco
http://www.aimogasta.org.ar

RIOJA 12/22/04 8:10 PM Page 13

Administración Provincial del Agua

Administración Provincial del Agua - APA (Provincial Water Administration)

La Administración Provincial del Agua (APA) es un organismo descentralizado, con el carácter de persona jurídica autárquica e institucional de derecho público; dotado de autonomía funcional, económica y financiera; aptitud legal para administrarse a sí misma; personalidad para adquirir derechos y obligaciones, y capacidad para actuar privada y públicamente.

Objetivo

Tiene por objeto o finalidad la satisfacción de los usuarios de agua y la promoción del equilibrio entre las demandas de estos y la oferta hídrica, teniendo como fin último su contribución al desarrollo sustentable de la Provincia de La Rioja.

Competencias y Jurisdicción

• Es autoridad de aplicación de la Ley N° 6.342/97, Ley N° 6.357, Decreto-Ley N° 4.295/83, Decretos N° 343/96, N° 627/97, N° 763/97, 796/97, de las normativas Provinciales y materia de su competencia; y de la Ley N° 3.333/75, Ley N° 4.365/84, Decreto-Ley N° 21.323/63 y normas complementarias y reglamentarias, de aplicación en obras hidráulicas. Ejerce su jurisdicción en todo el territorio de la Provincia de La Rioja.

• Asistencia a la Función Ejecutiva del Gobierno de La Provincia de La Rioja en todas las cuestiones que involucren directa o indirectamente aspectos de política hídrica provincial, incluyendo la celebración de tratados interjurisdiccionales relativos al objeto de la APA.

• Dictámenes de factibilidad de abastecimiento de agua, a los que se supeditará la fundación o ampliación de áreas de riego y de centros poblados o extensión de servicios en poblaciones o distritos de riego existentes.

• Asistencia técnica en controles de prestación de servicios de agua potable, recolección y tratamiento de líquidos cloacales y residuales, y del tratamiento del abastecimiento de agua para riego, emprendimientos industriales, turismo y otros usos en el territorio de la Provincia de La Rioja.

• Fijación de zonas de influencia de Consorcios de Usuarios de Agua (CUA) áreas de racionalización de derechos, pautas y restricciones de turnos de riego, índices de tributación zonal, y áreas de protección de cuencas, fuentes, cauces o depósitos.

• Otorgamiento y registro de derechos, permisos precarios y concesiones, sean éstas discontinuas, temporarias o indefinidas, eventuales o permanentes.

• Establecimiento y aplicación de cánones, tasas, precios, regímenes tarifarios y contribuciones por mejoras.

The Administración Provincial del Agua is a decentralized body, in its capacity of an autarchic and institutional legal person of the Public Law. It has functional, economic and financial autonomy , legal capacity to acquire rights and obligations, and to perform private and public deeds.

Objective

Its objective is the satisfaction of water users, and setting a balance between their demands and the supply of water, eventually aiming at the sustainable development of La Rioja Province.

Jurisdiction as to subject matter and area

• It is the enforcement authority of the Law 6.342/97, Law 6.357, Decree Law 4.295/83, Decrees 343/96, 627/97, 763/97, and 796/97, the provincial regulations and matters under its jurisdiction; as well as Law 3.333/75, Law 4.365/84, Decree Law N° 21.323/63, and supplementary rules applied to hydraulic works. It exercises its jurisdiction over the whole La Rioja province.

• Assistance to the Executive Branch of La Rioja's government on matters directly or indirectly involving aspects of the provincial water policy, including the entering into inter-jurisdictional treaties related to the APA's objective.

• Decisions on the feasibility of water supply, to which the foundation or enlargement of irrigation areas and population centers or extension of services in populations or irrigation districts already existing are subject.

• Technical assistance regarding controls on the provision of drinking water services, sewage and wastewater treatment, water for irrigation, industry facilities, tourism and other uses within the territory of La Rioja Province.

• Setting zones of influence of the Consorcios de Usuarios de Agua -CUA- (water users consortiums), rights rationalization areas, guidelines and restrictions for irrigation shifts, zonal distribution rates, and protection areas of basins, sources, beds or deposits.

• Granting and registration of rights, precarious permits and licenses, either discontinuous, temporary or indefinite, contingent or permanent.

• Setting and enforcement of royalties, rates, prices, tariff system and contributions for improvements.

• Ejercicio del poder de policía de aguas en todas las materias de su competencia y jurisdicción.

• Administración de los fondos presupuestarios y especiales destinados a los estudios, diseños, proyectos, obras, equipamiento e infraestructura hidráulica en general y a los servicios de riego, agua y saneamiento.

• A los fines del cumplimiento de sus objetivos y misiones, la APA tiene plena capacidad jurídica para realizar todos los actos, programas y proyectos necesarios.

• Toda otra competencia vinculada con sus objetivos, capacidad y jurisdicción.

Misiones

• Formulación y proposición, implementación y fiscalización de la política hídrica provincial.

• Exploración, evaluación de los recursos hídricos y su disponibilidad, y explotación de los requeridos para el desarrollo de las distintas regiones de la Provincia, en coordinación con las distintas jurisdicciones e instituciones gubernamentales y no gubernamentales que intervienen en la problemática hídrica de la Provincia.

• Incentivo en la utilización racional y responsable del agua.

• Promoción de la prestación de servicios de agua potable, recolección y tratamiento de líquidos cloacales y residuales; y el abastecimiento de agua para riego, emprendimientos industriales, turismo y otros usos en el territorio de la Provincia.

• Promoción conjunta con órganos de gobierno locales para la formación de consorcios, asociaciones, cooperativas, comisiones vecinales, entes regionales e intermunicipales, sociedades de usuarios o de otro tipo para administrar el agua para consumo humano, riego y otros usos, y construir, operar y mantener la infraestructura correspondiente.

• Desarrollo de actividades institucionales de extensión, difusión e información en las áreas de su competencia.

• Toda otra misión relacionada con su objeto, competencias, capacidades y jurisdicción.

• Water authority, over all matters and areas under its jurisdiction.

• Administration of all budgetary and special funds allocated to studies, designs, projects, works, equipment and hydraulic infrastructure in general, and to irrigation, water and sanitation services.

• In order to achieve its objectives and missions, the APA has full legal capacity to perform all the necessary actions, programs and projects.

• Any other mission related to its objectives, capacity and jurisdiction.

Missions

• Planning and proposing, implementation and control of the provincial water policy.

• Exploration, assessment of the hydric resources and their availability, and the tapping of the resources required for the development of the provincial regions, in coordination with different jurisdictions, and governmental organizations and NGOs involved with the hydric problem in the province.

• Fostering a rational and responsible use of the water.

• Promotion of the provision of drinking water, sewage and wastewaters treatment services, and water supply for irrigation, industrial facilities, tourism and other uses within the provincial territory.

• Joint promotion with the local Government bodies to make up syndicates, associations, cooperatives, neighbors committees, regional and inter-municipal agencies, users or any other societies aimed to the management of water for human consumption, irrigation and other uses, and to build, operate and upkeep the corresponding infrastructure.

• Institutional extension, spreading and information activities in their respective fields.

• Any other mission related to its objective, fields, competence and jurisdiction.

RIOJA 12/22/04 8:10 PM Page 15

Facultades

• Relevamiento de datos, su procesamiento y evaluación; estudios básicos; diagnósticos; planificación, programación y control del recurso hídrico. Evaluación de proyectos de inversión, diseños de obras, investigaciones, desarrollo, incorporación y adecuación de tecnologías.
• Estudio, proyecto, diseño, construcción, control, exploración, operación y mantenimiento, de por sí o terceros, y aprobación técnica de todas las obras necesarias para el manejo de cuencas, el ordenamiento y distribución de riegos, y la provisión de agua y servicios de saneamiento en las distintas regiones de la Provincia.

• Gestación, gestión, celebración y ejecución de tratados, contratos y convenios en materia de recursos hídricos y servicios de agua y de saneamiento, con entidades privadas y públicas nacionales, provinciales, interprovinciales y municipales, como internacionales, previa autorización de la Función Legislativa Provincial.

• Asesoramiento en gestión, coordinación, recepción y administración de préstamos externos e internos que pudieren recibir la APA y otras entidades estatales, mixtas y privadas para: Desarrollo regional con la base en el recurso hídrico; planes de investigación; provisión de agua; recolección y tratamiento de líquidos residuales; riego; drenaje; obras hidráulicas; protección de cuencas, fuentes, cauces o depósitos de agua.

• Proposición e intervención en procesos de transferencias, privatizaciones y concesiones, en el marco de principios de centralización normativa, descentralización operativa y localización territorial.

• Asesoramiento a toda persona física o jurídica que tenga por finalidad prestar cualquier servicio de agua o saneamiento, efectuar investigaciones sobre agua y/o saneamiento, el estudio, desarrollo y construcción de obras vinculadas con los objetivos de la APA.

• Generación y proposición de normas, institucionales y administrativas básicas de competencias.

• Proposición de normas técnicas de calidad, usos y dotaciones de agua y de parámetros de volcamientos de líquidos cloacales y residuales.

Powers

• Data collection, processing and evaluation; base studies; diagnosis; planning; programming and control of the water resource. Investment project assessment, works design, research, development, incorporation and upgrading of technology.
• Study, project, design, construction, control, exploration, operation and maintenance -either by itself or third parties- and the technical approval of all the works required for basin management, irrigation ordering and distribution, and the supply of water and sanitation services in various La Rioja regions.

• Conception, management, entering into, and execution of treaties, contracts and agreements in connection with hydric resources, and water and sanitation services with private and public organizations (national, provincial, inter-provincial and municipal) as well as well as international bodies, with previous authorization by the provincial Legislature.

• Assistance in management, coordination, reception and administration of external and internal loans APA and other government, semi-public or private agencies may receive for: Regional development based on the water resource; research plans; water supply; liquid waste collection and treatment; watering; drainage; hydraulic works; protection of basins, sources, river-beds or water deposits.

• Proposal and intervention in processes of transfer, privatization and lease, based on the principles of regulatory centralization, operational decentralization and territorial localization.

• Counseling to any natural o juridical person aiming to render any water or sanitation service, engage in research on water and/or sanitation, the study, development and construction of works related to the APA's objectives.

• Create and pose basic institutional and administrative regulations.

• Submission of technical regulations on quality, water uses and resources, and guidelines for the sewage and wastewater dumping.

RIOJA 12/22/04 8:10 PM Page 16



Argentina

Provincia de La Rioja

I MISION TECNICA INSTITUCIONAL AL EXTERIOR
I TECHNICAL INSTITUTIONAL MISSION ABROAD

PROVINCIA DE
LA RIOJA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

SAN MARTÍN 871 - C1004AAQ - CAPITAL FEDERAL - ARGENTINA
Tel.: (54 -11) 4317-0700 - Fax: (54-11) 4315-1238
www.cfired.org.ar

OCTUBRE 2004

SECTOR GANADERO

Francia - España 14 al 27 de octubre de 2004

XXVIII MISIÓN

TÉCNICO COMERCIAL AL EXTERIOR



17 al 21 de octubre de 2004 - París- Francia

REPÚBLICA ARGENTINA

San Martín 871 C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina / Tel.: (54-11) 4317-0700 / www.cfired.org.ar

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

CFI

EVENTO	Carne Bovina
DISEÑO	Afiche 50x70



LA MEILLEURE VIANDE ARGENTINE ARRIVE
DIRECTEMENT DE L'EXPLOITATION D'ÉLEVAGE

LO MEJOR DE LA CARNE ARGENTINA LLEGA
DIRECTAMENTE DEL CAMPO

THE VERY BEST ARGENTINE BEEF COMING
DIRECTLY FROM THE FARMERS

SECTOR GANADERO

Carne Bovina

XXVIII MISIÓN

TÉCNICO COMERCIAL AL EXTERIOR

FRANCIA - ESPAÑA 14 AL 27 DE OCTUBRE DE 2004

17 AL 21 DE OCTUBRE DE 2004 - PARÍS- FRANCIA

CFI

EVENTO	Carne Bovina
DISEÑO	Portada A4



El Consejo Federal de Inversiones lidera estrategias a los principales organismos a través de acciones tendientes a promover la actividad económica regional, abordando a numerosos sectores productivos y de servicios estratégicos.

Por esto motiva promover la conformación de alianzas para la sinergética y la inversión, como respuesta a las nuevas modalidades de competitividad internacional, profundizando la relación entre los sectores del sector público y los talentos del sector privado.

Uno de los aspectos relevantes de la estrategia del CFI es la vinculación empresarial a través de acciones de capacitación y cooperación en materia comercial. Las Misiones Técnico Comerciales al Exterior constituyen un instrumento idóneo a tal fin.

Desde esta perspectiva el CFI se ha propuesto fortalecer la participación de las empresas argentinas en la comercialización directa de sus productos exteriores, representa en este caso la generación conjunta de 10 productos argentinos. Siendo esta actividad de alto valor económico y con expresión significativa de la realidad cultural de nuestro país.

Por esta razón, la Argentina ha sido asociada en todo el mundo por la calidad de su carne. No existe duda de que el sector de la dedica encuentra en las mejores llanuras pampeanas, la calidad de sus pastos permanentes y el clima benigno con temperaturas templadas y vientos cálidos. Estas condiciones naturales nos permiten obtener las carnes tiernas, más saludables, y ofrecer un seguro de calidad en diversidad de tonalidades, sabores y exclusiva calidad.

Los productores que exportan garantizan la calidad y seguridad desde el origen. El mercado ha conocido una evolución más satisfactoria entre el consumo, el procesamiento y la distribución. Conocer el cuidado y el clima que estas tierras del productor final es fundamental para garantizar satisfacción.

Con el objeto de garantizar la mejor carne presentada de los mejores productores, existe de calidades argentinas se encuentran para ofrecer sus carnes en el mercado exportador directamente desde el campo, con un compromiso total con la calidad y la seguridad.

Muchos de ellos se encuentran en esta feria, acompañados por el CFI, en forma individual, representados en Consorcios de productores y por A.P.E.A.

Esta iniciativa está formada por importadores y exportadores productores argentinos, que tienen en común con el fin de procesar y exportar su propia carne, promediando en este año 1.200.000 toneladas de ganado faenadas por año (10% de la faena total de Argentina y 10% de cuota de exportación a la Unión Europea).

El objetivo de todos es ofrecer nuevas variedades que valoren la calidad extra y la tradición que poseen los productores en su producto final, así como cumplir ofrecerse entre todos los integrantes de la cadena cárnica, a fin de garantizar la satisfacción del consumidor.

El Consejo Federal de Inversiones (CFI), Consejo Federal de Inversiones, apoyará una acción con productores argentinos por la feria Carnes Bovinas. El propósito fundamental es promover regiones en el mejoramiento del sector de la producción, abarcando los sectores que son estratégicos.

Con este propósito el CFI encuentra la solución de promover entre la dirección de fabricación de inversiones en el mercado, de cualquier índole que necesiten una relación de competencia, entre otros en el de la producción los hace entre los actores de sectores públicos en los talentos de sectores privados.

Entre sus estrategias, la CFI cumple la relación empresarial a través de acciones de capacitación en materia comercial. Las misiones técnicas al exterior constituyen el instrumento apropiado a tal fin.

La CFI ha propuesto fortalecer la participación de diversas empresas argentinas en la comercialización directa de sus productos exteriores, representa en este caso la generación conjunta de 10 productos argentinos. Siendo esta actividad de alto valor económico y con expresión significativa de la realidad cultural de nuestro país.

La calidad de la vianda argentina es valorada en el mercado internacional desde hace años. La materia prima es la calidad de pastizales, el clima templado de nuestras llanuras pampeanas, la calidad de sus pastos permanentes y el clima templado con temperaturas templadas y vientos cálidos. Estas condiciones naturales nos permiten obtener carnes tiernas, más saludables, y ofrecer un seguro de calidad en diversidad de tonalidades, sabores y exclusiva calidad.

Los productores que exportan garantizan la calidad y seguridad desde el origen. El mercado ha conocido una evolución más satisfactoria entre el consumo, el procesamiento y la distribución. Conocer el cuidado y el clima que estas tierras del productor final es fundamental para garantizar satisfacción.

Con el objeto de garantizar la mejor carne presentada de los mejores productores, existe de calidades argentinas se encuentran para ofrecer sus carnes en el mercado exportador directamente desde el campo, con un compromiso total con la calidad y la seguridad.

Muchos de ellos se encuentran en esta feria, acompañados por el CFI, en forma individual, representados en Consorcios de productores y por A.P.E.A.

Esta iniciativa está formada por importadores y exportadores productores argentinos, que tienen en común con el fin de procesar y exportar su propia carne, promediando en este año 1.200.000 toneladas de ganado faenadas por año (10% de la faena total de Argentina y 10% de cuota de exportación a la Unión Europea).

El objetivo de todos es ofrecer nuevas variedades que valoren la calidad extra y la tradición que poseen los productores en su producto final, así como cumplir ofrecerse entre todos los integrantes de la cadena cárnica, a fin de garantizar la satisfacción del consumidor.

The Federal Investment Council gives assistance to the Argentine provinces through actions intended to promote regional economic activity, by serving numerous productive sectors and the services rendered as a basis.

To this end it favors alliances and investment partnerships, as a response to the new international competitiveness conditions, strengthening the link between the public sector sectors and the private sector talents.

One of the outstanding features of the CFI's strategy is linking companies through training and cooperation on trade matters. The technical trade missions abroad are a suitable tool for this end.

In this sense, the CFI has set as strengthening the participation of several companies in the direct commercialization of their own products, now presenting the joint figure of ten Argentine purchases.

For such a reason, Argentina has been worldwide known for the quality of its beef. The source of the cattle is the pastures, the mild climate with temperate winters and summers, and the mild climate with temperate winters and summers. These natural conditions allow us to offer you meat which is tender, healthier, with a wide range of shades, flavors, high quality and natural and healthy way.

The producers who export guarantee the quality and safety from the source. The market has known a more satisfactory evolution between consumption, processing and distribution. Knowing the care and climate of these lands where the final producer is essential to guarantee satisfaction.

In order to guarantee the best meat presented by the best farmers, producers of Argentine beef are available in the country to export their meat directly from the field, with a total commitment to quality and security.

Many of them are present at this exhibition, accompanied by the CFI, individually, represented in consortiums of producers and by the A.P.E.A. (Argentine Producers Exporters Association).

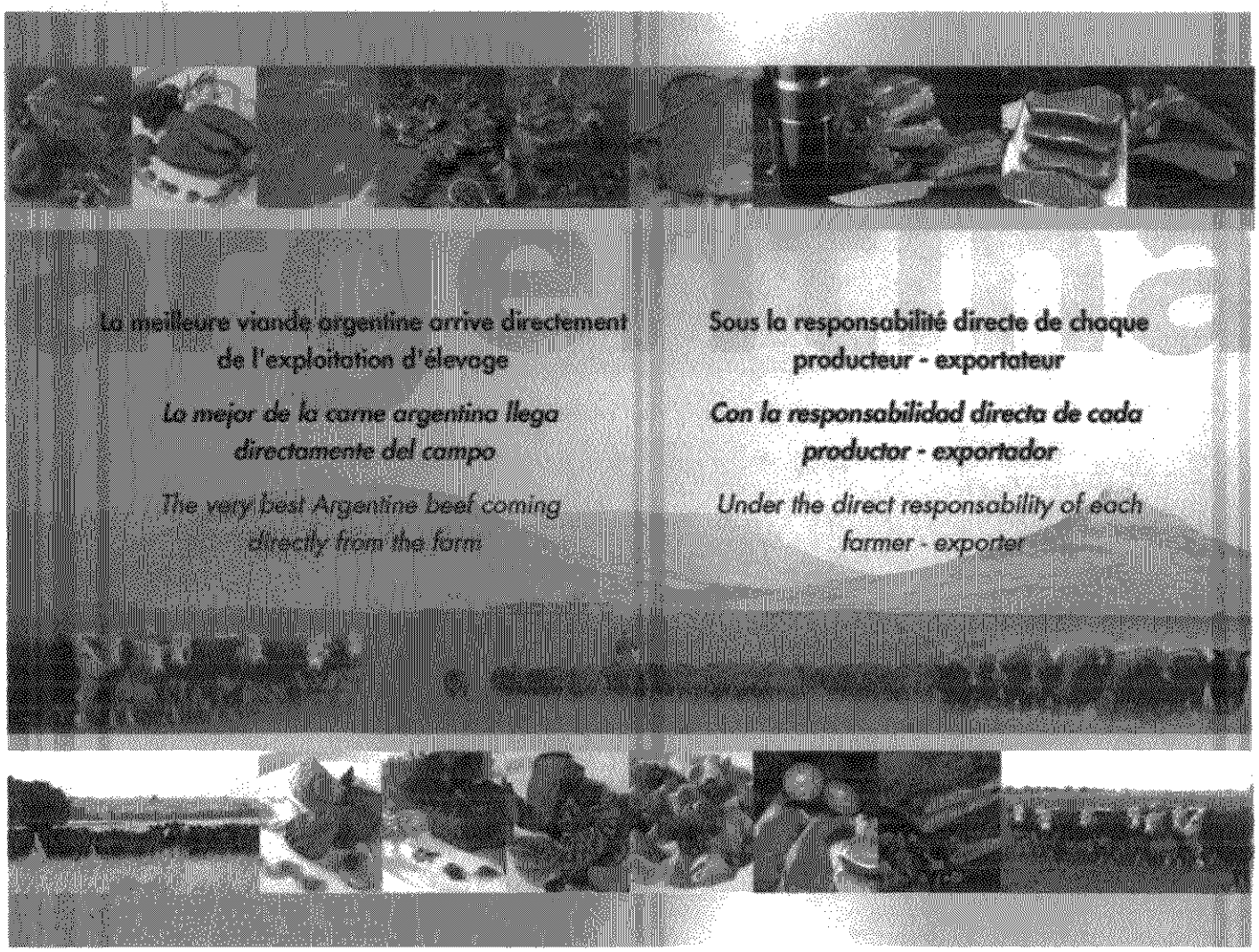
This Association is made up of companies Argentine farmers & farmers, who have in common the purpose of processing and export their own beef, averaging this year more than 1,200,000 tons of beef slaughtered per year (10% of the total Argentine slaughter, and 10% of the export quota).

The objective for everybody is to supply new varieties that appreciate high quality and the traditions given to their product, as well as to supply customers by among all the members of the beef chain in order to ensure consumer satisfaction.

EVENTO	Carne Bovina
DISEÑO	Folleto



EVENTO	Carne Bovina
DISEÑO	Panel Stand

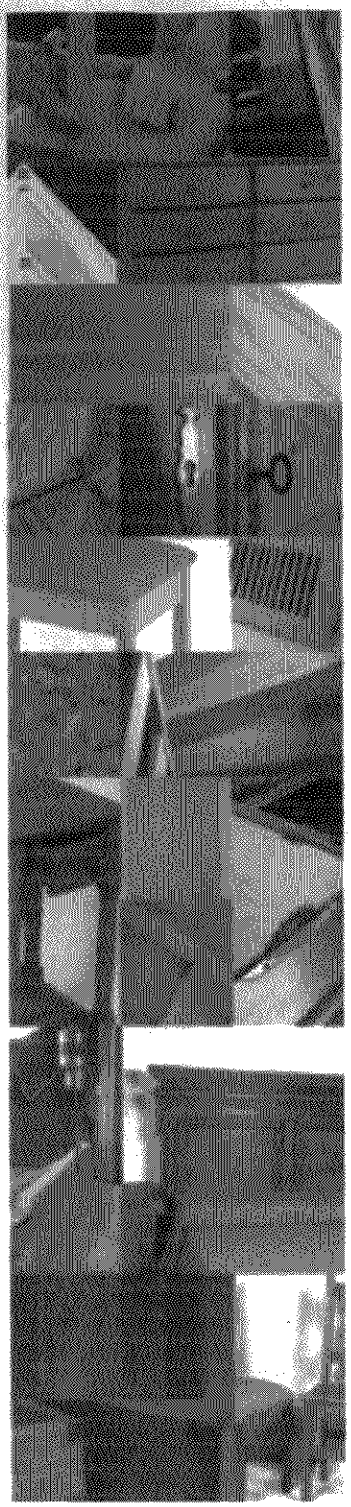


EVENTO	Carne Bovina
DISEÑO	Panel Stand

cortante



EVENTO	Argentina
DISEÑO	Serigrafía DVD



REPÚBLICA ARGENTINA

XXIX RONDA INTERNACIONAL DE NEGOCIOS

SECTOR FORESTAL

MUEBLES Y REMANUFACTURAS DE LA MADERA EN GENERAL

12 Y 13 DE NOVIEMBRE DE 2004

Hotel de Turismo de la ciudad de Formosa

EN EL MARCO DE

FEDEMA

LA FERIA INTERNACIONAL DEL MUEBLE Y LA MADERA

PARTICIPAN:

- Importadores y distribuidores de España, EEUU y Chile
- Empresarios argentinos de las industrias de la remanufactura de la madera y el mueble

ORGANIZAN:

GOBIERNO DE FORMOSA

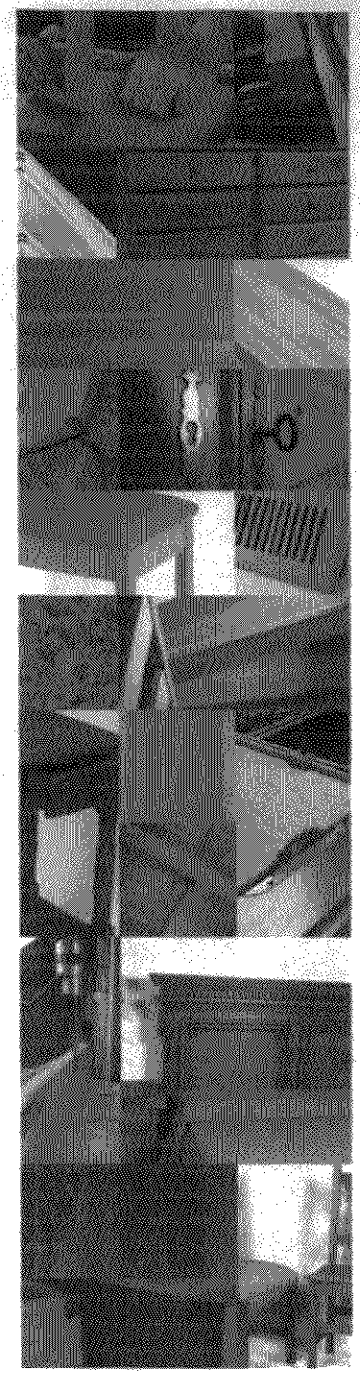
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

INFORMACIÓN E INSCRIPCIÓN: gtolone@cfired.org.ar
San Martín 871 C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina / Tel.: (54 -11) 4317- 0700 Interno 648 / www.cfired.org.ar

EVENTO	Madera Mision al Exterior
DISEÑO	Afiche 50x70

EVENTO	Madera
DISEÑO	Programa actividades

Programa Madera5 12/22/04 8:44 PM Page 1



REPÚBLICA ARGENTINA

XXIX RONDA INTERNACIONAL DE NEGOCIOS

SECTOR FORESTAL

MUEBLES Y REMANUFACTURAS DE LA MADERA EN GENERAL

12 Y 13 DE NOVIEMBRE DE 2004

Hotel de Turismo de la ciudad de Formosa

EN EL MARCO DE

FEDEMA 2004

LA FERIA INTERNACIONAL DEL MUEBLE Y LA MADERA

PARTICIPAN:

- Importadores y distribuidores de España, EEUU y Chile
- Empresarios argentinos de las industrias de la remanufactura de la madera y el mueble

GOBIERNO DE FORMOSA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Programa Madera5 12/22/04 8:44 PM Page 2

PROGRAMA DE ACTIVIDADES

VIERNES 12

8.00 Acreditaciones y armado de agendas

8.30 Apertura a cargo de las autoridades
8.45 Presentación de los empresarios extranjeros

9.00 Ronda de Negocios

11.00 Intervalo/café

11.15 Continuación de la Ronda

13.00 Refrigerio

15.15 Ronda de Negocios hasta las 20.00, con un intervalo a las 17.30 .

SÁBADO 13

8.30 Ronda de Negocios

11.00 Intervalo/café

11.15 Continuación Ronda de Negocios

13.00 Intervalo.

Nota: La cantidad de inscriptos determinará la extensión de la Ronda durante el día sábado.

Programa Madera5 12/22/04 8:44 PM Page 2

XXIX RONDA INTERNACIONAL DE NEGOCIOS
Sector Forestal

MUEBLES Y REMANUFACTURAS DE MADERA
FECHA: 12 Y 13 DE NOVIEMBRE DE 2004
LUGAR: HOTEL DE TURISMO DE LA CIUDAD DE FORMOSA

El Consejo Federal de Inversiones (CFI) (www.cfired.org.ar), organismo creado en el año 1959 por un convenio suscrito por las provincias argentinas con el propósito de promover el desarrollo armónico e integral del país y orientar las inversiones hacia todos sus sectores, a través de la asistencia en la comercialización de las pequeñas y medianas empresas, canaliza el objetivo de brindar al sector privado condiciones propicias en materia de oportunidades de negocios.

Por tal motivo, a solicitud del Gobierno de la Provincia de Formosa, el CFI ha organizado la XXIX RONDA INTERNACIONAL DE NEGOCIOS, en esta ocasión para el Sector Forestal, en los rubros muebles y remanufacturas de la madera, que se realiza en forma conjunta con la Feria Internacional del Mueble y la Madera (FEDEMA, www.fedema2004.com).

Para este evento internacional, el Consejo ha invitado a empresas importadoras y distribuidoras de los EE.UU., España y Chile, de las que, a continuación, se detallan sus perfiles:

A) EMPRESAS DE LOS EE.UU

1) BEAUTIFUL DOORS & MILLWORK, Inc.

16160 SW 71 Terrace,
Miami, Florida, 33193
Teléfono: 1 305 238 1864
Fax: 1 305 251 1931

Actividad: Importadora y distribuidora de productos en madera.
Productos que comercializa: Aberturas; molduras; finger joints; pisos.
Origen de los productos: EE.UU. Argentina, España y Costa Rica.
Nivel de facturación anual: US$ 2,5 millones.
Países en los que vende:
EE UU (Florida y Georgia) y el Caribe.

Representante: César Lozano
Cargo: CEO
Correo electrónico:
cesarlozano37@hotmail.com

2) REESMAR SALES & MILLWORK

163 West 24th Street,
Miami, Florida 33010
Teléfono: 1 305 885 3958
Fax: 1 305 884 8834

Actividad: Producción y comercialización de remanufacturas de madera.
Productos que comercializa: Remanufacturas de madera en general; aberturas; molduras; muebles de cocina y de oficina.
Origen de los productos: EE UU, Argentina, España, Perú, Costa Rica y Brasil.
Nivel de facturación anual: US$ 4,5 millones.
Países en los que vende: EE.UU (Costa este).

Representante: Tulio Manuel Luna Pichardo
Cargo: CEO
Correo electrónico:
reesmarmillworkc@aol.com

3) CUSTOM DESIGNS FOR LESS, INC.

14231 SW 139th Court
Miami, Florida 33186
Teléfono: 1 305.238.1972
Fax: 1 305.238.5137

Actividad: Decoración de interior y Centro de diseño y remodelación de casas.
Productos que comercializa Gabinetes de cocina y baño, molduras, mesadas y barras, y manufacturas de calidad, pisos de madera, muebles y accesorios para el hogar
Origen de los productos: EE.UU. Alemania, Bélgica, India, Tailandia e Indonesia.
Nivel de facturación anual: US$ 1,2 millones.
Segmentos de mercado que abastece:
Minoristas y mayoristas (Negocios minoristas, contratistas, constructores, diseñadores).
Países en los que vende: EE UU, República Dominicana, Bahamas y Honduras.

Sitio en Internet:
www.customdesignsforless.com

Representante: Timothy Brady
Cargo: Vice President
Correo electrónico:
info@customdesignsforless.com

4) LA STRADA FURNITURE, Inc.

1785 N.W. 38th Avenue
Lauderhill, Florida 33331
Teléfono: 1 800 628 6268
Fax: 1 954 739 2100

Actividad: Diseño, ventas, manufacturas e importaciones por pedidos de muebles y accesorios.
Productos que comercializa: Muebles a medida y terminados y diseño de interiores.

Programa Madera5 12/22/04 8:44 PM Page 5

Origen de los productos: De todo el mundo.
Nivel de Facturación Anual: US$ 3 millones.
Segmentos de mercado que abastece: Particulares, revendedores, diseñadores comerciales y del hogar.
Países en los que vende: En todo el mundo.

Sitio en Internet: www.lastrada.com

Representante: Elyahu Mordechai
Cargo: Presidente
Correo electrónico: info@lastrada.com

B) EMPRESAS DE ESPAÑA

1) GABARRÓ HERMANOS, S.A.

Carretera de Torre Romeu, s/núm.
08202 Sabadell
Teléfono: 34 93 748 48 30
Fax: 34 93 726 07 61

Actividad de la empresa: Importador - distribuidor de maderas de todas clases y sus productos derivados.
Productos que comercializa: Parquet; decking; piezas de madera para muebles.
Piezas de madera para mobiliario urbano.
Otros productos elaborados de madera para el sector del mueble y el hogar.
Origen de los productos: Europa, Estados Unidos y Sudamérica (Argentina y Brasil)
Facturación anual: 47 millones.
Segmentos de mercado que abastece: Fabricantes de muebles de todas clases. Fabricantes de mobiliario urbano. Instaladores de parquet. Instaladores de decking.
Países a los que abastece: España

Sitio en Internet: www.gabarro.com

Representante: Ramón Gabarró Badía
Cargo: Presidente del Consejo de Administración
Correo electrónico: gabarro@gabarro.com

2) TAMALSA COMPAÑÍA DE MADERAS, SA

Crt. Llano de Quart km. 2
46960Aldaya, Valencia
Teléfono 34 96 1500866
Fax 34 96 1500266

Actividad: Importación de madera y productos elaborados y semielaborados en madera.
Productos que comercializa: Pisos, tableros alistonados para construcción y decoración, pasos de escalera.
Origen de los productos: Europa, Africa y América, inclusive Argentina.
Nivel de facturación anual: US$ 22 millones.
Segmento del mercado que abastece: Distribuidores y grandes fábricas.
Países en los que vende: España.

Sitio en Internet: www.tamalsa.com

La empresa informa que está en un proceso de cambio hacia la importación de productos elaborados y semielaborados, realizando una selección por todo el mundo. Actualmente importan pisos, tableros alistonados para construcción y decoración y pasos de escalera y pretenden ampliar a cualquier otro producto de madera que consideren interesante para el mercado español.

Representante: José Miguel Jiménez
Cargo: Presidente
Correo electrónico: jmjimenez@tamalsa.com

Nota: Es importante destacar que los Sres. José Miguel Jiménez y Ramón Gabarró, además de ser importantes empresarios importadores españoles del sector, son,

además, presidente y vice de la Asociación Española de Importadores de Maderas (AEIM), respectivamente.

C) EMPRESA DE CHILE

1) SERVIMAD SA.

Puerto Madero 9710 2° Piso
PUDAHUEL , SANTIAGO, CHILE
Teléfonos: 56 2 5448482
Fax: 56 2 544 8423

Actividad de la empresa:
Comercializadora de muebles.
Productos que comercializa: muebles para el hogar (todos, de madera, tapizados, metales y vidrios.) ; muebles de oficina; muebles de cocinas; muebles para hoteles y restaurantes; muebles especializados (hospitales, cines, etc.).
Origen de los productos: De todo el mundo en especial Brasil, Chile y Europa.
Facturación anual en US$:
No fue suministrada.
Segmentos del mercado que abastece: Todos los segmentos; todas las categorías y diseños.
Países a los que abastece: Chile, próximamente México.

Sitio en Internet: www.servimad.cl ; www.offiland.com

Representante: Paula Valderrama
Cargo: Sub Gerente de Marketing
Correo electrónico: pvalderrama@servimad.cl

Programa Madera5 12/22/04 8:44 PM Page 8

ORGANIZAN:

GOBIERNO DE FORMOSA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

INFORMACIÓN E INSCRIPCIÓN: gtolone@cfired.org.ar
San Martín 871 C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina / Tel.: (54 -11) 4317- 0700 interno 548 / www.cfired.org.ar

UNIÓN DE TRABAJADORES DEL TURISMO HOTELEROS Y GASTRONÓMICOS DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

SECRETARÍA DE TURISMO
PRESIDENCIA DE LA NACIÓN

PROVINCIA DE TUCUMÁN

CFI
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

FEDERACIÓN EMPRESARIA HOTELERA GASTRONÓMICA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA

PROGRAMA REGIONAL DE FORMACIÓN CONTINUA EN HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

Certificado de Asistencia

Otorgado a: _____

Por su participación en los Módulos de Turismo, Actitudinal y Profesional con un total de 20 horas del curso _____

_____

Lugar y fecha: A R G E N T I N O

UTHGRA	Secretaría de Turismo	Secretaría de Estado de Turismo	Dirección de Coordinación	FEHGRA
Unión de Trabajadores del Turismo Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina	Presidencia de la Nación	de la Provincia de Tucumán	Consejo Federal de Inversiones	Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina

EVENTO	DISEÑO	
Norte Argentino	Certificados	5 modelos / 5 provincias

CIUDAD DE GENERAL ROCA • PROVINCIA DE RÍO NEGRO

PRIMER ENCUENTRO PROVINCIAL DE ENTES DE DESARROLLO



Asociación Española Mutual y Cultural del Alto Valle de Río Negro
España 1341 / General Roca / Río Negro

del 18 al 20 de Noviembre de 2004

PLANIFICACION Y CONTROL DE GESTION
MINISTERIO DE COORDINACION
GOBIERNO DE RIO NEGRO

CFI

INFORMES: CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES: San Martín 871 C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina / Tel.: (54 -11) 4317- 0700 / www.cfired.org.ar
SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN: Calle Buenos Aires 443 - Viedma (8500) - Prov de Río Negro - Tel: 02920 422727/420324 - secpla@planificacion.rionegro.gov.ar

EVENTO	Entes de Desarrollo
DISEÑO	Afiche 50x70

CIUDAD DE GENERAL ROCA • PROVINCIA DE RIO NEGRO

PRIMER ENCUENTRO PROVINCIAL DE ENTES DE DESARROLLO

ORGANIZADORES

GOBIERNO DE RÍO NEGRO

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



Asociación Española Mutual y Cultural del Alto Valle de Río Negro
España 1341 / General Roca / Río Negro

del 18 al 20 de Noviembre de 2004

INFORMES: CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
San Martín 871 C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina / Tel.: (54-11) 4317- 0700 / www.cfired.org.ar
SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN
Calle Buenos Aires 443 - Viedma (8500) - Prov de Río Negro - Tel: 02920 422727/425324 - secplan@planificacion.rionegro.gov.ar

PRIMER
ENCUENTRO PROVINCIAL
DE ENTES DE DESARROLLO

CIUDAD DE GENERAL ROCA
PROVINCIA DE RIO NEGRO

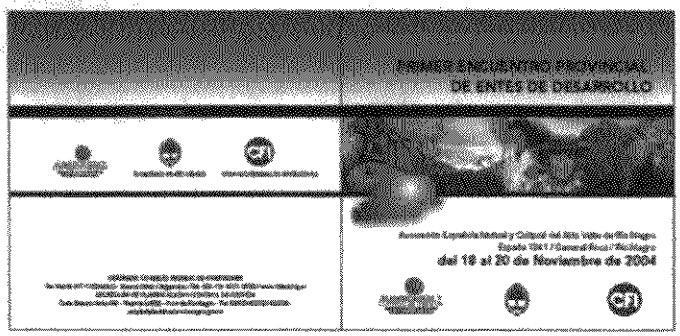
EVENTO	Entes de Desarrollo
DISEÑO	Carpeta con solapa

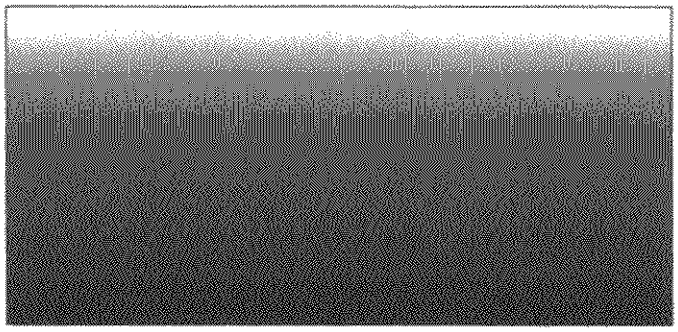


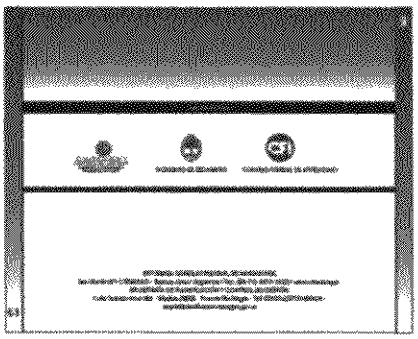
CIUDAD DE GENERAL ROCA • PROVINCIA DE RÍO NEGRO

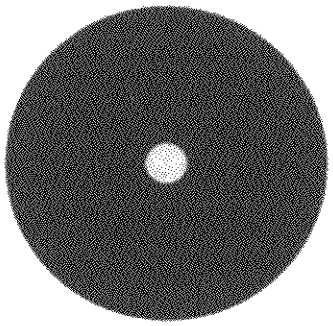
PRIMER ENCUENTRO PROVINCIAL DE ENTES DE DESARROLLO

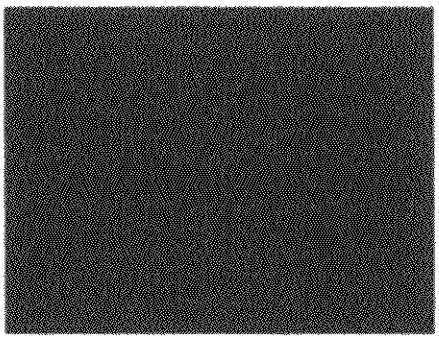
EVENTO	Entes de Desarrollo
DISEÑO	Block A4





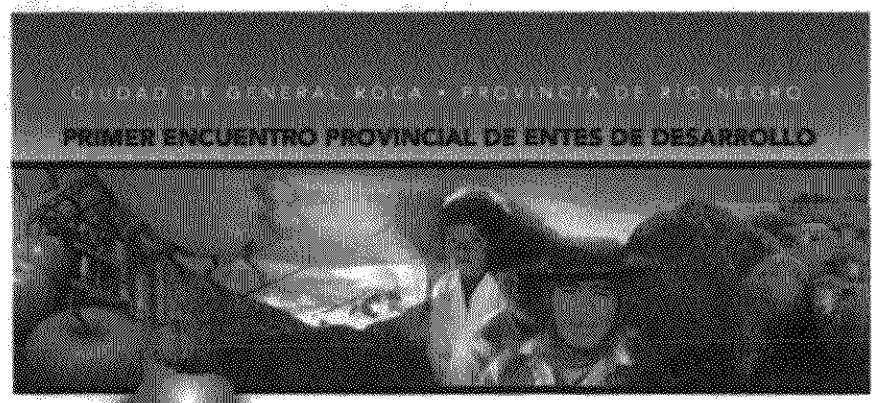








EVENTO	Entes de Desarrollo
DISEÑO	Cd- caja



Asociación Española Mutual y Cultural del Alto Valle de Río Negro
España 1341 / General Roca / Río Negro

del 18 al 20 de Noviembre de 2004

EL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE RÍO NEGRO
LA SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN
Y EL CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Invita a usted a participar del
" Primer Encuentro Provincial de Entes de Desarrollo "
a realizarse en la Asociación Española de General Roca,
los días 18, 19 y 20 de noviembre
a partir de las 9.00 horas

EVENTO	Entes de Desarrollo
DISEÑO	Invitaciones

PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN
MINISTERIO DE COORDINACIÓN
GOBIERNO DE RÍO NEGRO

PROVINCIA DE RÍO NEGRO

CFI
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

EL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE RÍO NEGRO
LA SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN
Y EL CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

certifican que

_____

ha participado en el

PRIMER ENCUENTRO PROVINCIAL DE ENTES DE DESARROLLO

en carácter de

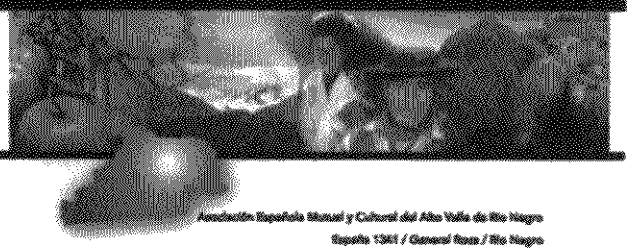
_____

dictado durante los días 18 al 20 de noviembre de 2004, ciudad de General Roca, provincia de Río Negro

_____ _____

EVENTO	Entes de Desarrollo
DISEÑO	Certificado

PRIMER ENCUENTRO PROVINCIAL DE ENTES DE DESARROLLO



Asociación Española Mutual y Cultural del Alto Valle de Río Negro
España 1341 / General Roca / Río Negro

del 18 al 20 de Noviembre de 2004

INFORMES: CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
San Martín 871 (C1004AAG - Buenos Aires / Argentina / Tel.: (54 -11) 4317- 5900 / www.cfired.org.ar
SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN
Calle Buenos Aires 440 - Viedma (8500) - Prov. de Río Negro - Tel. (0290) 4227317/4252595 - sepla@planificacion.rionegro.gov.ar

PROGRAMA

PROGRAMA

Miércoles 17 de noviembre

19.00 Acreditación en la Sociedad Española, calle España N°1341 de la ciudad de General Roca.
20.30 Lunch de recepción.
22.00 Cena libre.

Jueves 18 de noviembre

8.30 Acreditación en la Sociedad Española.
9.00 Acto inaugural.
- Palabras del secretario de Planificación y Control de Gestión de la Provincia de Río Negro, Dr. Juan Francisco Correa.
- Homenaje al Lic. Edgardo Alfonso Buyatiqui, primer presidente del Ente de Desarrollo de la Región Sur.
- Palabras autoridad del CFI
- Palabras del ministro de Coordinación de la Provincia de Río Negro, D. César Barbeito.

10.00 Café
10.15 Una población interesadora del desarrollo territorial: un imperativo categórico, proyección de la conferencia del Dr. Sergio Boisier del día 28-10-04 en la Sede del CFI.
11.30 Conclusiones sobre la proyección: Lic. Ana María Goicoechea, Cont. Roberto Raposo Casis, Ing. Agr. Humberto Iglesias y Lic. Enrique Falanggé.
12.30 Almuerzo libre.
14.00 Exposición del Ente de Desarrollo Margen Sur.
15.45 Exposición del Ente de Desarrollo del Lago Pellegrini-Península Ruca-có y Perkins, Cinco Saltos, Contraalmirante Cordero, y Campo Grande, EN.DE.CIC.
16.30 Debate abierto. Moderador: Ing. Agr. Bernardo Chiigt.
17.00 Café
17.30 Exposición del Ente de Desarrollo de la Región Sur.
19.00 Debate abierto. Moderador: Ing. Agr. Guido Bergandi.
19.30 Exposición: Educación para el desarrollo-o desarrollo para la educación. Lic. Néstor López del IIPE UNESCO (Instituto Internacional de Planeamiento Educativo).
20.15 Debate abierto. Moderadores: Prof. Olga Massaccesi.
21.00 Cena libre.

Viernes 19 de noviembre

9.00 Exposición: Experiencias de desarrollo local: el caso de la ciudad de Rafaela. Diputado provincial Roberto Mirabella.
9.45 Debate abierto. Moderadora: Prof. Nora González.
10.15 Café
10.30 Exposición del Sr. Ministro de Producción, Ing. Agr. Juan Austino.
11.30 Exposición del Ente de Desarrollo de General Conesa (ENDICON).
12.15 Exposición del Ente de Desarrollo de Catriel (ENDECA).
13.00 Debate abierto. Moderador: Ing. Agr. Aldo Rodríguez.
13.30 Almuerzo libre.
15.00 Exposición del presidente del Consejo Provincial de Educación, Lic. Juan José Ruiz Rodríguez.
16.00 Talleres por eje temático.
Taller sobre aspectos legales de los entes de desarrollo de Río Negro.
Taller sobre Formación - Producción - Trabajo - Desarrollo.
Taller sobre organización territorial de la provincia de Río Negro.
18.00 Exposición CFI: El CFI y la promoción del desarrollo.
19.15 Exposición: El desarrollo local desde la innovación, el conocimiento y la capacitación continua. El aprovechamiento del trabajo como factor de crecimiento. Alberto M. Federico Sabatté, Licenciado en Economía Política. Investigador Docente. Áreas de Sistemas Urbanos. Experto en Desarrollo y Planificación Regional (ILPES, Chile) Universidad Nacional General Sarmiento.
20.00 Debate abierto. Moderadora: Lic. Ana María Goicoechea.
20.30 Palabras del señor gobernador de la provincia de Río Negro, Dr. Miguel Ángel Saiz.

Sábado 20 de noviembre

9.00 Lectura y debate de las conclusiones de los talleres.
11.00 Conclusiones del Encuentro.
11.30 Entrega de certificados.

EVENTO	Entes de Desarrollo
DISEÑO	Programa

EVENTO	Entes de Desarrollo
DISEÑO	Folleto

SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN DE LA PROVINCIA DE RÍO NEGRO

La Secretaría de Planificación y Control de Gestión de Río Negro, dependiente del Ministerio de Coordinación, está conformada por tres unidades de trabajo:

- **Planificación y Control de Gestión**
- **Estadísticas y Censos**
- **Centro Provincial de Documentación e Información**

Concepción estratégica

Desarrollo: las regiones y localidades de la provincia de Río Negro han sufrido los efectos de factores vinculados a las nuevas formas de producción y las nuevas tecnologías, los cambios económicos estructurales, las restricciones en las finanzas públicas y las demandas sociales cada vez más específicas. Por estas razones, la Secretaría de Planificación y Control de Gestión de Río Negro considera que es necesario buscar nuevas soluciones institucionales y estrategias para promover el desarrollo regional, que no sólo deben estar orientados al crecimiento económico y a la producción, sino también deberían contemplar armónicamente todos los componentes del desarrollo -social, económico, cultural, ambiental y territorial.

Enfoque de políticas diferenciadas subregionales: Hoy, más que nunca, cada región debe diseñar su propio modelo de desarrollo, adaptado a las características de su entorno. La nueva política regional surge como un mecanismo de apoyo a la transformación productiva y territorial que acontece como consecuencia de los cambios tecnológicos y el aumento de competitividad de los mercados. Asumir la necesidad de desarrollar enfoques de política diferenciados y a la medida de cada subregión supone también generar el desarrollo de las capacidades del propio territorio, es decir, de los agentes económicos, de las esferas gubernamentales, de las instituciones y de los líderes regionales, para que se transformen en los principales responsables de los procesos del proceso de desarrollo. La Secretaría de Planificación y Control de Gestión de Río Negro considera que dentro de la búsqueda de oportunidades, las estrategias de construcción de redes en una región adquieren particular importancia, ya que estas son un eficiente mecanismo de diseño de política funcional al desarrollo regional. El desarrollo de redes entre instituciones públicas, privadas o intermedias de las diferentes subregiones de la Provincia constituirán los puentes, los soportes y los andamiajes institucionales sobre y a través de los cuales es posible construir la arquitectura de gobernancia de una plataforma integrada de política de desarrollo regional.

Planificación estratégica: La planificación estratégica pública constituye un instrumento metodológico de acción que genera ámbitos comunes donde el intercambio de ideas y las realizaciones colectivas fortalecen la convivencia armónica mutuamente enriquecedora de las variadas identidades sociales de diversas comunidades subregionales, indispensable en el contexto actual de profundos cambios de referencias y de disolución de un conjunto de matrices locales y regionales. La Secretaría de Planificación y Control de Gestión de Río Negro promueve la planificación estratégica como instrumento clave para impulsar el desarrollo provincial.

Ordenamiento territorial: el desarrollo sustentable es inseparable de lo territorial; más aún, la territorialidad es sustento fundamental de una sociedad organizada, democrática e igualitaria. Una política de desarrollo territorial constituye una dimensión integradora e interrelacionada de los procesos y de los fenómenos que se producen en un espacio determinado, que no es un mero escenario donde discurren los acontecimientos sino que tiene un papel activo en los procesos de desarrollo. El concepto de desarrollo territorial se sustenta en dos pilares: por un lado el "desarrollo sostenible", que no es más que el tratamiento respetuoso del propio entorno con miras a preservarlo para las futuras generaciones, lo cual implica solidaridad en el tiempo. Por el otro, el "desarrollo equilibrado", que supone la erradicación de la desigualdad de oportunidades debido a la localización, y que representa solidaridad en el espacio.

Desarrollo humano: Las nuevas teorías sobre crecimiento económico coinciden en que el ritmo de crecimiento de la economía no está determinado solamente por variables como la población y la tecnología sino también por otras como, por ejemplo, el capital humano, las políticas de los gobiernos y las relaciones internacionales. En las condiciones actuales, cualquier reinserción estratégica de la provincia de Río Negro en el sistema económico nacional e internacional debe estar basada en el capital humano, cultural, científico y tecnológico. El desarrollo humano para la Secretaría de Planificación y Control de Gestión implica además eliminar la pobreza, una distribución equitativa de recursos, mayor capacitación, salud, participación y control del impacto ambiental. En términos de definiciones, el objetivo del desarrollo humano es ampliar las oportunidades de las personas, para sujeto a la restricción de que esas oportunidades deben gozar de libertad cultural, social, económica y política.

EJE PRIORITARIO DE ACCION: PRODUCCION - CAPACITACION-TRABAJO-DESARROLLO

La Secretaría de Planificación y Control de Gestión tiene como **eje prioritario de acción la articulación de la producción, la capacitación, la educación, el trabajo y el desarrollo.** Es por ello que en una primera etapa de trabajo se congregan los **ejes programáticos de desarrollo del recurso humano, territorio e inversión**, y se aborda lo temático desde tres estudios y proyectos:

- Un *diagnóstico estratégico* de los circuitos especiales de producción, representativos de la economía provincial con miras a una nueva regionalización territorial.
- La capacitación de los recursos humanos a través de la creación de una institución de nivel superior sustentada sobre los principios de la producción y el desarrollo.
- Un atlas de inversiones, que incluya un banco de factibilidad de proyectos, con matrices sectoriales.

SUBPROGRAMAS DE LA SECRETARÍA DE PLANIFICACION Y CONTROL DE GESTIÓN EN EJECUCIÓN

Subprograma Entes de desarrollo y municipios

Las actividades a desarrollar por este subprograma incluyen asistencia técnica y gestionar financiamiento para la elaboración de proyectos, planificación estratégica y planes de desarrollo locales requeridos por Entes y Municipios.

Subprograma Red para el desarrollo de la margen sur del Río Negro

El objetivo de este subprograma es generar información y conocimiento actualizado respecto a la problemática productiva y social, además de las acciones que, en tal sentido, se realicen en ese espacio regional.

Subprograma Desarrollo microregional y rural en áreas marginales

Este subprograma tiene como objetivo superar las situaciones de empobrecimiento y marginación, abordando la problemática del desarrollo rural desde una perspectiva integral. Se promueve la adopción de un modelo de desarrollo agropecuario orientado a lograr crecimiento con equidad y sustentabilidad, basado en una estrategia de autodesarrollo en el ámbito rural; esto es, una estrategia de crecimiento endógeno, autogenerado y autogestionado.

Subprograma Sistema Provincial de Información (SPI)

El Sistema Provincial de Información es un soporte fundamental para la gestión, administración y difusión de información provincial, subregional, departamental y local referida a aspectos sociodemográficos, económicos, productivos, geográficos, de infraestructura e institucionales, entre otros. Es una herramienta útil para el inversor, funcionarios, técnicos y público en general, ya que genera mayores niveles de eficiencia en la administración y difusión de la información.

El Sistema Provincial de Información compila, sistematiza e integra información proporcionado por organismos provinciales y nacionales como por ejemplo el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) o el Instituto Geográfico Militar (IGM). La información puede ser consultada sin costo alguno para el usuario, vía soporte magnético, Intranet e Internet.

Subprograma Consejo Federal de Inversiones (CFI) - Secretaría de Planificación y Control de Gestión

En vista de los acuerdos vigentes entre la Provincia de Río Negro y el Consejo Federal de Inversiones (CFI) y de la necesidad de mantener la representación de la Provincia de Río Negro en el CFI para integrar la Junta Permanente del citado organismo, el Decreto N° 433 del 30/12/03 designa como representante titular de la Provincia de Río Negro para integrar la Junta Permanente del Consejo Federal de Inversiones al Secretario de Planificación y Control de Gestión.

En este marco, la Secretaría de Planificación y Control de Gestión de Río Negro gestiona el financiamiento para la elaboración de estudios y proyectos que lleven a cabo diferentes organismos provinciales, como así también créditos para microemprendimientos.

Subprograma Convenio Secretaría de Planificación y Control de Gestión - Instituto Geográfico Militar (IGM)

La Secretaría de Planificación y Control de Río Negro firmó en el año 2004 un convenio de cooperación técnica con el Instituto Geográfico Militar para la ejecución en conjunto de estudios, proyectos y programas. En este marco, el organismo nacional proporcionó 20 imágenes satelitales de la Provincia de Río Negro, escala 1:250.000.

Subprograma convenios con el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC)

La provincia de Río Negro firma con el INDEC en forma anual un convenio marco para realizar en conjunto:

- La Encuesta Permanente de Hogares
- La Encuesta Industrial Anual
- El Directorio Nacional de Unidades Económicas
- Estadísticas Vitales
- El Censo Nacional Económico
- La Encuesta de Relevamiento del Gasto de Hogares

Subprograma elaboración de estadísticas provinciales

De forma sistémica y permanente se realiza la recolección, codificación, procesamiento y difusión de estadísticas provinciales vitales, de salud, sociodemográficas, agropecuarias, económicas, como así también la digitalización de toda la cartografía requerida.

Servicios de la Secretaría de Planificación y Control de Gestión de Río Negro

- Gestión y aprobación de financiamiento para asistencia técnica ante el Consejo Federal de Inversiones.
- Asistencia técnica agropecuaria, legal, económica-contable, ingeniería.
- Generar y brindar información estadística de la Provincia.
- Transferencia de información; préstamos interbibliotecarios e internos en sala; investigaciones bibliográficas; capacitación.

CIUDAD DE GENERAL ROCA • PROVINCIA DE RIO NEGRO

PRIMER ENCUENTRO PROVINCIAL DE ENTES DE DESARROLLO



ORGANIZADORES

PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN
GOBIERNO DE RÍO NEGRO
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Asociación Española Mutual y Cultural
del Alto Valle de Río Negro
España 1341 / General Roca / Río Negro

del 18 al 20 de noviembre de 2004

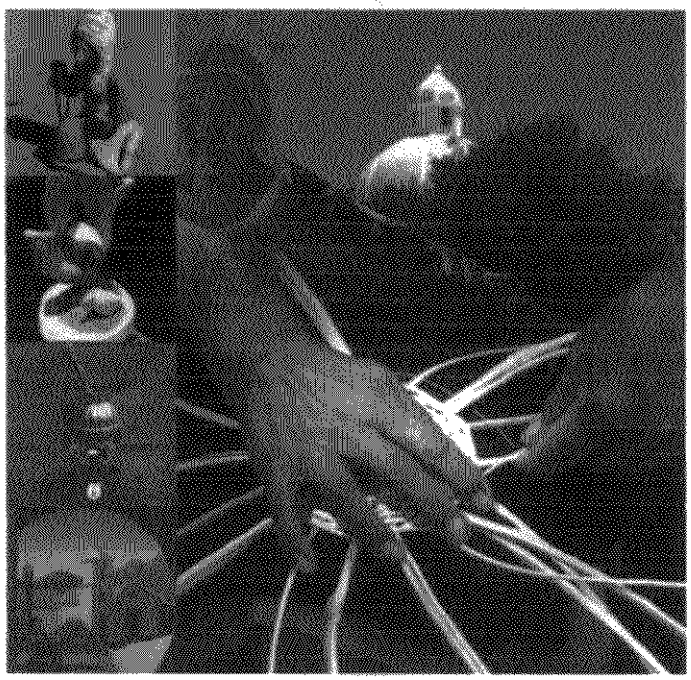
INFORMES: CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
San Martín 871 C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina
Tel.: (54 -11) 4317- 0700 / www.cfired.org.ar
SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN
Calle Buenos Aires 443 - Viedma (8500) / Provincia de Río Negro
Tel.: 02920 422727/420324 - secpla@planificacion.rionegro.gov.ar

PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN

XXX MISIÓN

TÉCNICO COMERCIAL AL EXTERIOR

SECTOR ARTESANÍAS . PROVINCIA DE SALTA



REPÚBLICA ARGENTINA

10 AL 19 DE NOVIEMBRE DE 2004

XII EDICIÓN DE EXPONICA INTERNACIONAL

"LA FERIA DE LAS AMÉRICAS" 12, 13 Y 14 DE NOVIEMBRE DE 2004. MIAMI- EE. UU.

Miami-Dade County Fair&Expo Center

FAIR AND EXPO CENTER (ANTIGUO DADE COUNTY YOUTHFAIR). MIAMI,FLORIDA.

CFI

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES: San Martín 871 C1004AAQ - Buenos Aires / Argentina / Tel.: (54 -11) 4317- 0700 / www.cfired.org.ar

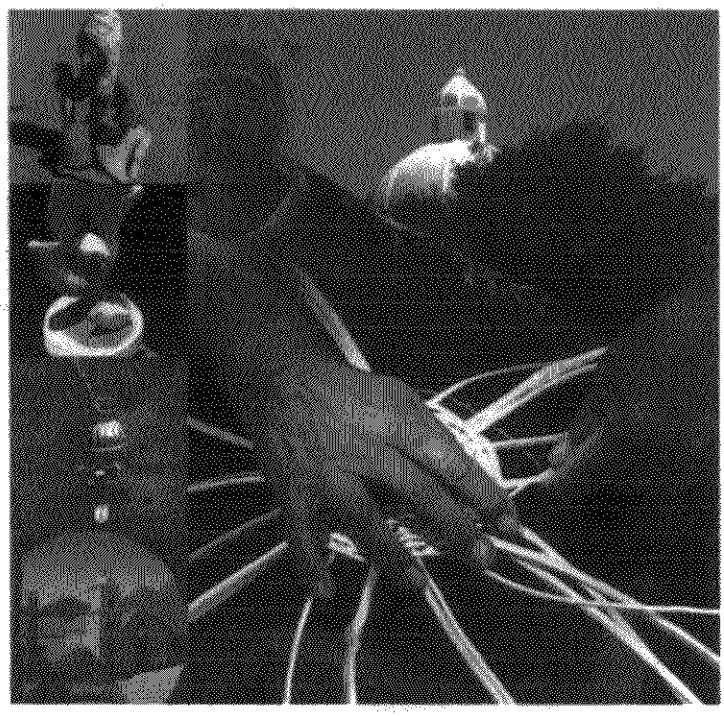
EVENTO	Exponica
DISEÑO	Afiche 50x70

EVENTO	Exponica
DISEÑO	Folleto

l-Folleto2IDIOMAS 12/23/04 9:26 AM Page 1

XXX TECHNICAL
TRADE MISSION ABROAD

CRAFTS SECTOR - PROVINCE OF SALTA



REPÚBLICA ARGENTINA

NOVEMBER 10 TO 19, 2004

12TH EDITION OF EXPONICA INTERNATIONAL

"LA FERIA DE LAS AMÉRICAS" NOVEMBER 12, 13 AND 14, 2004 . MIAMI, U.S.A.

Miami-Dade County Fairgrounds Expo Center

CATALOG OF PARTICIPANTS

CFI

1-Folleto2IDIOMAS 12/23/04 9:26 AM Page 8

CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES

El Consejo Federal de Inversiones (CFI) brinda asistencia técnica y financiera a las provincias argentinas, a través de acciones tendientes a promover las actividades económicas regionales, orientadas a los numerosos sectores productivos, en este caso: el Sector de artesanías.

The Federal Investment Council (CFI) gives technical and financial assistance to the Argentine provinces through actions intended to promote regional economic activities, focused on a number of productive sectors, in this case, the Crafts sector.

La finalidad de esta XXX Misión Técnica Comercial al Exterior se enmarca dentro del Programa de Promoción de la Producción Regional Exportable, de apoyo al desarrollo empresarial de las pequeñas y medianas empresas argentinas y en las líneas de acción programadas para el Sector artesanal en el Área FIDER del CFI. Está dirigida a los artesanos, productores, asesores técnicos y comercializadores del sector de la Provincia de Salta.

The purpose of this XXX Technical Trade Mission Abroad is encompassed in the Program for the Promotion of the Exportable Regional Production, to support the development of Argentine small and medium-sized enterprises, and the action lines prepared for the crafts sector of Área FIDER of the CFI. It is meant for artisans, producers, technical consultants and traders of the province of Salta's sector.

Paralelamente, esta asistencia brinda en Miami la posibilidad de promover y exaltar los atractivos turísticos y productivos de la Provincia de Salta e impulsar el sector artesanal provincial representado en este caso, por nueve artesanos: productores individuales y artesanos del "Mercado Artesanal de Salta" y de la Secretaría de Cultura.

At the same time, this assistance gives the possibility, in Miami to promote Salta's tourist and production attractiveness, and to foster the provincial crafts sector represented, in this case, by nine artisans from the "Salta's Artisans Market" and the Secretariat for Culture.

La participación de los citados artesanos en Exponica 2004, tiene los siguientes objetivos:

The objectives for this participation in Exponica 2004 are the following:

- Promover las artesanías salteñas basadas en materias primas propias de la región y demostrar el desarrollo alcanzado.
- Apoyar el comercio de los productos artesanales, las exportaciones y el turismo.
- Sensibilizar al artesano en la necesidad de incorporar el diseño como estrategia de competitividad.
- Promover el compromiso de las asociaciones.
- Incentivar, diseminar y valorizar la artesanía nacional y particularmente la de Salta en el exterior.

- *To promote Salta's crafts based on raw materials typical of the region, and to show the development achieved.*
- *To support the trade of handicrafts, exports and tourism.*
- *To make craftspersons aware of the importance of incorporating design as a competitiveness strategy.*
- *To foster associations commitment.*
- *To boost, disseminate and put in value the national crafts, particularly Salta's, abroad.*

Al participar en esta exposición, el Consejo desea colaborar con los artesanos salteños en la exploración del mercado estadounidense, particularmente el de Miami. En tal sentido, considera que Exponica 2004 constituye un excelente espacio para presentar a estos productores y relacionarlos con importadores y grupos de opinión que la visitan.

By participating in this fair, the CFI wishes to support the craftspersons from Salta in exploring the US market, especially the Miami. In this sense, Exponica 2004 is regarded at an excellent place to introduce these artisans and connect them with importers and the opinion groups visiting the fair.

1-Folleto2IDIOMAS 12/23/04 9:26 AM Page 8

SECRETARÍA DE CULTURA DE LA PROVINCIA DE SALTA

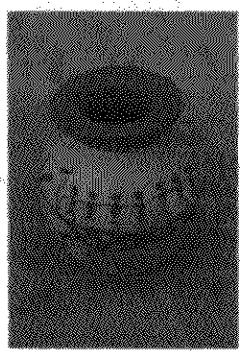
HERENCIA VIVA: ARTESANÍA CULTURAL DE LA PROVINCIA DE SALTA

La Secretaría de Cultura de Salta promueve la difusión y comercialización de las artesanías desde su fuerte filiación cultural, atendiendo al contexto social de los artesanos.
La diversidad de culturas originarias de nuestro territorio y su evolución, justifica una categoría especial de protección y puesta en valor para los artesanos indígenas, así como para aquellas tradiciones del patrimonio popular.
Entre ellas, ocupan un lugar destacado las siguientes:

ETNÍA WICHÍ: Es un pueblo numeroso que habita el Chaco salteño, en las inmediaciones de los ríos Pilcomayo y Bermejo.
Tallas en maderas duras: Los hombres trabajan principalmente la madera de palo santo exaltando su belleza en la realización de fuentes, cubiertos y diversas figuras zoomorfas. Aplican incrustaciones de otras maderas y materiales.
Textiles y ornamentos en fibra vegetal de chaguar: Es una tarea femenina realizada con técnicas y diseños milenarios. Las más tradicionales son las bolsas para recolectar o yicas.



ETNIA CHANÉ: Constituyen un pequeño grupo de origen arawak, con importante influencia guaranítica.
Habitan en dos comunidades en la zona de selva pedemontana.
Máscaras: De origen ritual, hoy realizan máscaras ornamentales antropomorfas y zoomorfas. Son talladas por los hombres chané y decoradas con una notable policromía de pigmentos naturales.
Cerámica ornamental: Las mujeres realizan jarras, vasijas, figuras zoomorfas y pesebres decorados con engobes.
Son productos con una fuerte identidad y valor cultural.



SECRETARIAT FOR CULTURE OF SALTA PROVINCE

LIVE HERITAGE: *CULTURAL CRAFTS FROM SALTA PROVINCE*

Salta's Secretariat for Culture fosters handicrafts diffusion and marketing, based on its strong cultural connection, taking into account the social context of the artisans.
The diversity of native cultures in our territory and their evolution justify a special category of protection and putting in value for the indigenous craftspersons, as well as the traditions of the popular heritage.
The following are the outstanding cultures:

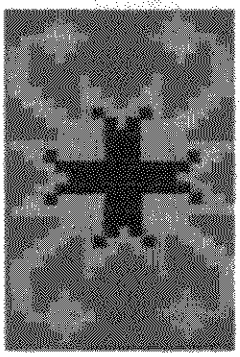
WICHÍ ETHNIC GROUP: *It is a numerous people that live in the Chaco region of Salta, near the Pilcomayo and Bermejo rivers.*
Hard wood carvings: Men mainly work Palo Santo wood, enhancing its beauty producing dishes, kitchen utensils different zoomorphic figures. They inlay other woods and materials.
Textiles and ornaments made of Chaguar vegetal fiber: This is a female task using ancient techniques and designs. Gathering bags or "yicas" are the most traditional items.

CHANÉ ETHNIC GROUP: *They make up a small group of Arawak origin, strongly influenced by the Guarani.*
They live in two communities in the piedmont forest zone.
Masks: Originally ritual, nowadays they produce ornamental anthropomorphic and zoomorphic masks. They are carved by the chané men and decorated with a remarkable polychromy of natural pigments.
Ornamental ceramics: Women create jars, vessels, zoomorphic figures and Christmas cribs decorated with engobes. These are products with strong identity and cultural value.
These products are granted certificates of artisanal authenticity issued by the Secretariat for Culture.

-Folleto2IDIOMAS 12/23/04 9:26 AM Page 4

ARTESANÍA FOLCLÓRICA Y DE PROYECCIÓN: En el marco de esta producción diferenciada se incluyen desarrollos locales de textiles de lana de llama y oveja, hilados manualmente, confecciones y diseños con telas artesanales, trabajos de orfebrería en cobre y plata, artículos de cuchillería y productos diversos en cuero, asta y plata.

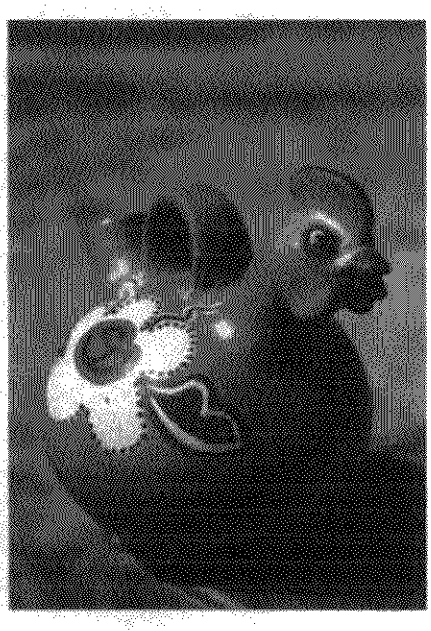
La Secretaría de Cultura otorga la certificación de autenticidad artesanal a los productos mencionados.



FOLKLORIC AND TRADITIONAL MOTIFS CRAFTS: *The framework of this differentiated production comprises local handmade textiles in llama and sheep wool, garments and designs in artisanal fabrics, copper work and silver work, knife making, and different leather, horn and silver products.*

These products are granted certificates of artisanal authenticity issued by the Secretariat for Culture.





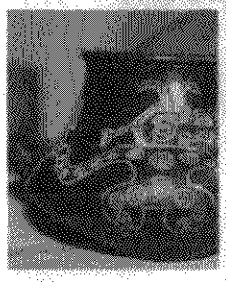


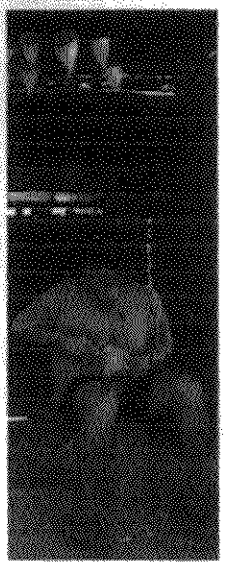
Datos de la Secretaría
Secretariat particulars

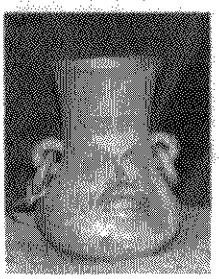
Contacto - *Contact:* Lic. María Fernanda Solá
Dirección - *Address:* Caseros N° 460
Ciudad de Salta - Provincia de Salta - Argentina
Teléfonos -*Telephones:* (54 - 387) 4315884
4316042
Fax: (54 - 387) 4218001
E-mail: seaul@edusalta.gov.ar
Web site: www.salta.gov.ar/o/herenciaviva

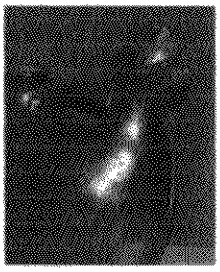
1-Folleto2IDIOMAS 12/22/04 9:26 AM Page 1

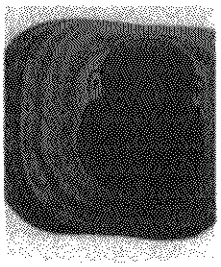










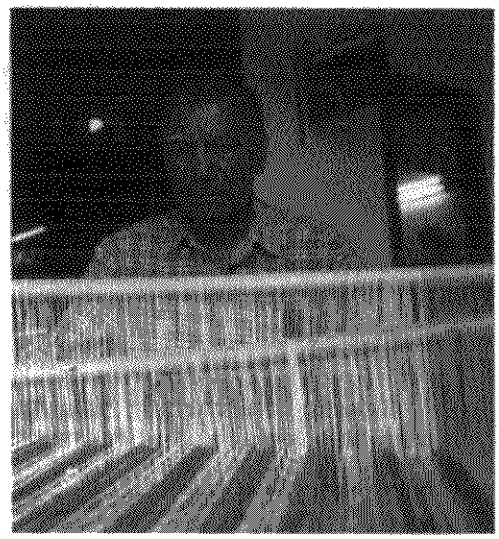


MERCADO ARTESANAL

En esta antigua casona de gruesos muros (siglo XVII) desde casi cuarenta décadas, se guarda la milenaria destreza de la mano de nuestros cultores de la artesanía salteña y en ella la sabiduría trasmitida a lo largo de generaciones de pueblos que supieron mantener sus raíces. Cada artesanía lleva el sello institucional que garantiza la calidad y originalidad del producto.

ARTISANS MARKET

This old thick-walled mansion (17th Century) has housed for almost four decades the millennial skill of the hands of Salta's artisans, and the lore transmitted through generations of peoples who succeeded in keeping their roots. Every piece of handicraft bears an institutional seal as a guarantee of quality and originality.



Datos del Mercado / *Market particulars*

Administrador / *Administrator:* Sr. Aldo Rivera
Dirección / *Address:* San Martín 2555 - Ciudad de Salta - Provincia de Salta - Argentina
Teléfono / *Telephone:* (54 - 387) 4342808

1-Folleto2IDIOMAS 12/23/04 9:27 AM Page 5

RAMÓN AMBROSIO BURGOS

Tapices paisajísticos y rupestres en lana de oveja teñida, que denotan el entorno de nuestra querida Salta, entre iglesias, cerros y gente se va tramando el espíritu de nuestras raíces.

Landscape and cave painting tapestry in sheep wool, depicting the sights of our beloved Salta, weaving our roots amongst churches, mountains and people.



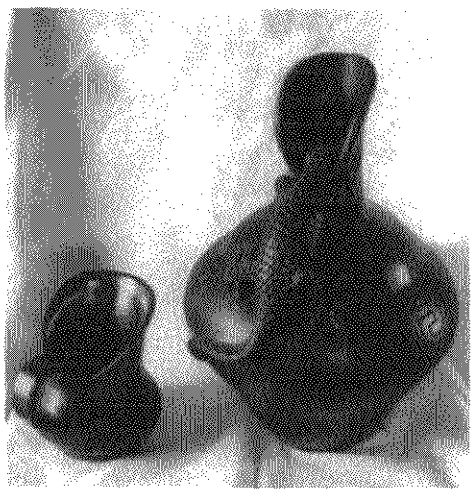
Datos del Artesano / *Artisan particulars*

Dirección / *Address:* Bº Isla Soledad
Manzana 388 Casa 20 - Ciudad de Salta
Provincia de Salta - Argentina
Teléfono / *Telephone:* (54 - 387) 156849107

OSCAR GUILLERMO CONDORÍ

Cerámica precolombina, máscaras alegóricas y utilitarios que expresan la fuerza, el alma y la creatividad de culturas milenarias (Diaguita, Aguada, Calchaquí, Santamarianos y otros). Cerámica ahumada y pinturas con engobe.

Pre-Columbian ceramics, allegorical masks and objects that express the strength, soul and creativity of ancient cultures (Diaguita, Aguada, Calchaquí, Santamarianos and others). Smoked ceramics and engobe paintings.



Datos del Artesano / *Artisan particulars*

Dirección / *Address:* Bº Las Costas,
Costa de Marfil 1025 - Ciudad de Salta
Provincia de Salta - Argentina
Teléfono / *Telephone:* (54 - 387) 4361477
Email: oscarcondori@hotmail.com

1-Folleto2IDIOMAS 12/23/04 9:27 AM Page 4

JOSE FERNANDO GARCÍA

Los trabajos presentados son artículos de uso personal, hechos en alpaca, asta, y cuero crudo, que van desde pulseras, pasapañuelos, hebillas, llaveros, hasta objetos decorativos. La elaboración en su totalidad muestra técnicas manuales como calado, cincelado, repujado, las cuales conforman una línea orientada a la platería tradicional del norte argentino.

The works presented are articles for personal use, made of alpaca, horn, and raw leather, including bracelets, neckerchief slides, buckles, key rings, and decorative objects. The whole hand-made production shows techniques such as hemstitching, chiseling, and chasing, which correspond to the traditional silver work of the Argentine north.

SERGIO DAVID TOVI

Rescatar del tiempo aquellos utilitarios que como el fuelle, marcaron una era, es el reto mayor de este artesano. Una línea de fuelles y menaje en cuero y madera maciza de algarrobo de primera calidad, donde diseño, originalidad y exclusividad se combinan para hacer de estos productos artesanías únicas en su tipo.

This artisan's big challenge is to bring back such instruments as the bellows, which marked an era. A line of bellows and household goods in first-quality carob wood, blend design originality and exclusiveness into crafts that are unique in their kind.





Datos del Artesano / *Datos del Artesano*

Dirección / *Address:* Rondeau 951- Ciudad de Salta - Provincia de Salta - Argentina.
Teléfono / *Telephone:* (54 - 387) 4260112
E-mail: fernandogarcia996@hotmail.com

Datos del Artesano / *Artisan particulars*

Dirección / *Address:* Rafael Obligado 1011
San Lorenzo - Provincia de Salta - Argentina
Teléfono / *Telephone:* (54 - 387) 4921664
E-mail: davidtovi@hotmail.com

1-Folleto2IDIOMAS 12/23/04 9:27 AM Page 2

EMPRESA VILLA VICUÑA

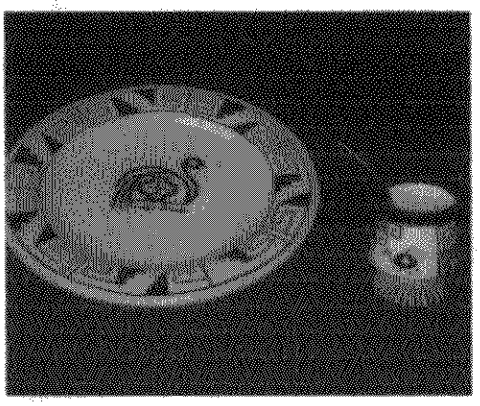
En ningún producto de la mano del hombre se refleja el espíritu y la esencia de una cultura más rica y variada como en la cerámica. Los objetos que ofrece Villa Vicuña son pequeñas obras de arte que aportan belleza y originalidad a la vida diaria. Cada pieza es una recreación de nuestra cultura, logra mimetizarse con la naturaleza y hace honor a los colores de esta tierra.

In no other manmade article is the essence of a culture reflected with such richness and variety as it is in ceramics. The objects of Villa Vicuña are small pieces of art which bring beauty and originality to everyday life. Each piece is a recreation of our culture, blending into the nature and reflecting the colors of this land.

CARLOS ANTONIO ZENAVILLA

Realiza la fiesta de Navidad expresada a través de pesebres, con personajes y vestimentas de los Valles Calchaquíes, o bien con los gnomos producto de la fantasía de los pueblos del norte del hemisferio Los pesebres se realizan en una sola pieza, que representa la trilogía (el padre, la madre y el niño Jesús) y en piezas individuales, pudiéndose incorporar los tres reyes, la vaca, el burro y las ovejas.

This artisan makes Christmas cribs, with characters and clothes of the Calchaquí Valleys or the northern hemisphere gnomes. The cribs are made in one piece representing the trilogy (father, mother and Baby Jesus), and in separate pieces, adding the Magi, a cow, a donkey and sheep.





Datos de la Empresa
Enterprise particulars

Villa Vicuña
Contacto / *Contact:* Bárbara Paterson
Dirección / *Address:* Santa Fe 2460 - 3º piso - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina
Teléfono / *Telephone:* (54 - 11) 48226582
E-mail: info@villavicuna.com.ar
Web site: www.villavicuna.com.ar

Datos del Artesano / *Artisan particulars*

Dirección / *Address:* Mariano Moreno 2131- Ciudad de Salta - Provincia de Salta - Argentina
Teléfono / *Telephone:* (54 - 387) 4343434
E-mail: czenavilla@hotmail.com

1-Folleto2IDIOMAS 12/23/04 9:27 AM Page 4

GUSTAVO WALTER OLIVA

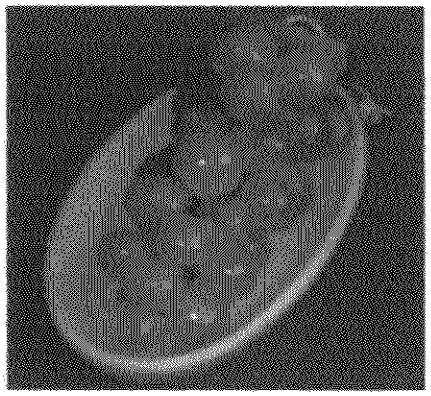
A más de 4000 metros de altura y desde el corazón mismo de la tierra, extraemos la piedra ónix para convertirla en hermosas y singulares artesanías salteñas. Utilitarios, frutas, aves entre otros artículos, recrean con simplicidad lo mejor de nuestra tierra. Piezas confeccionadas manualmente con la ayuda de simples herramientas y utilizando recursos disponibles en el medio.

Onyx is extracted from the bowels of the earth, at 13,124 feet above sea level, and transformed into Salta's beautiful and singular crafts. Utensils, fruits, birds and other articles depict with simplicity the best of our land.
Crafts made by hand using simple tools and resources available in this environment.

EMPRESA LA ISLA ARTESANÍAS TEXTILES

Somos un grupo de artesanos dedicados a la producción de artesanías textiles, realizadas en pura lana de oveja y llama.
Hilados a mano, tejidos en telares artesanales del tipo inca y español.
Nuestra variedad de diseños se caracterizan por su colorido y la incorporación de diferentes texturas y bordados a mano.

We are a group of artisans dealing with textile crafts, made in pure sheep and llama wool.
Handmade yarns, knitting on artisanal Inca and Spanish looms.
We offer a variety of colorful designs, incorporating different textures and hand embroidery.





Datos del Artesano / *Artisan particulars*

Dirección / *Address:* Mar Arábigo 1064
Bº Pablo Saravia - Ciudad de Salta
Provincia de Salta - Argentina
Teléfono / *Telephone:* (54 - 387) 4270086

Datos de la Empresa
Enterprise particulars

Contacto / *Contact:* Carlos Redondo Toledo
Dirección / *Address:* Las Moreras s/Nº
Vaqueros - Provincia de Salta - Argentina
Teléfono / *Telephone:* (54 - 387) 4901030
E-mail: laisla_@uolsinectis.com.ar

1-Folleto2IDIOMAS 12/23/04 9:27 AM Page 10

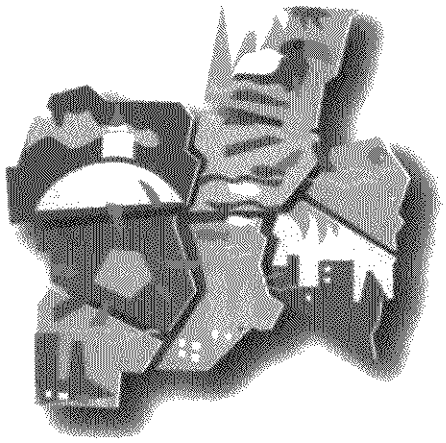


CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

SAN MARTÍN 871
C1004AAQ - CAPITAL FEDERAL
ARGENTINA
Tel.: (54 -11) 4317-0700
Fax: (54-11) 4315-1238
www.cfired.org.ar

EVENTO	Región Centro
DISEÑO	Catalogo

Folleto FINAL 12/23/04 9:50 AM Page 1



Argentina

REGION CENTRO

Córdoba.Entre Ríos.Santa Fe



OFERTA PRODUCTIVA EXPORTABLE

PROVINCIA DE CÓRDOBA

PROVINCIA DE ENTRE RIOS

PROVINCIA DE SANTA FE

Folleto FINAL 12/23/04 9:50 AM Page 2

PROVINCIA DE CÓRDOBA

PROVINCIA DE ENTRE RIOS

PROVINCIA DE SANTA FE

Argentina y Región Centro en el contexto de la integración Sudamericana

La República Argentina está situada en el extremo sur del Continente Americano, limita con Uruguay, Brasil, Paraguay, Bolivia, Chile, países con los que integra el Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

Su territorio, de 3,7 millones de km2, se extiende desde el norte del Trópico de Capricornio hasta el Polo Sur. Posee una amplia variedad de climas, aunque predomina el templado, y cuenta con un extenso litoral marítimo sobre el Océano Atlántico. Esta característica, unida a la diversidad de sus suelos, lo hace apto para cualquier actividad agropecuaria, pero es en su "pampa" -una de las tres llanuras más fértiles del mundo- donde se concentran las principales actividades agropecuarias e industriales del país.

Según quedó establecido por la última reforma de la Constitución Nacional (1994), tanto las 23 provincias argentinas como la Ciudad de Buenos Aires, como estados autónomos con poderes políticos, económicos y administrativos propios, pueden constituirse en regiones para el desarrollo económico y social.

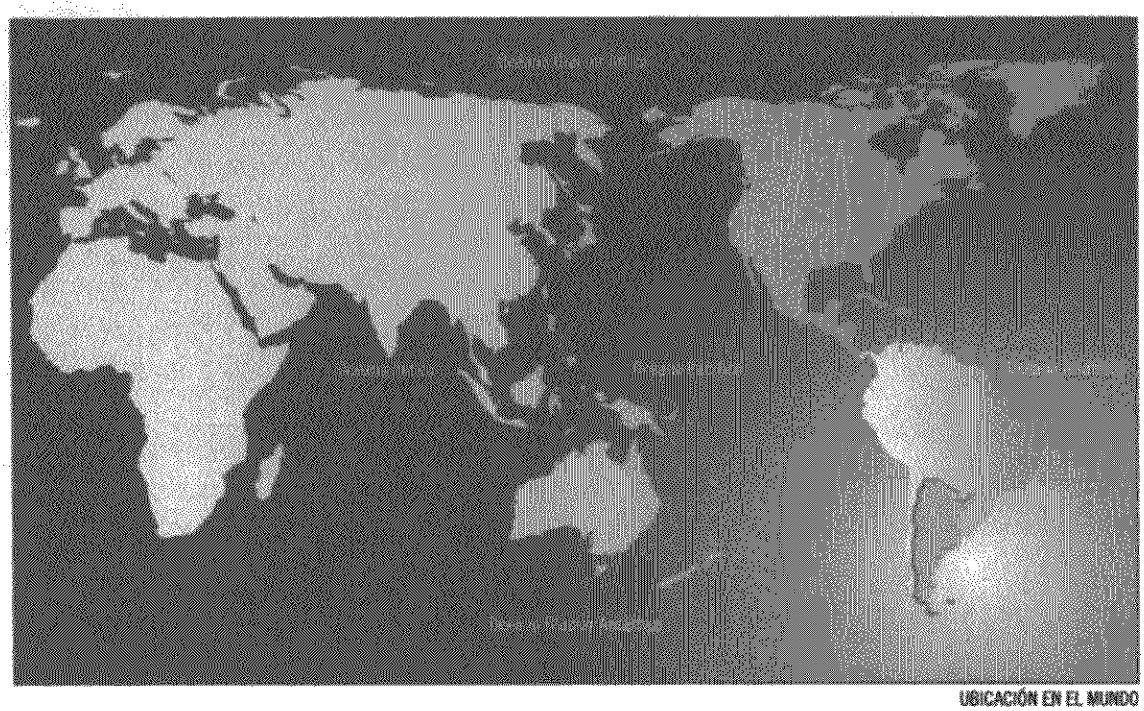
Esta posibilidad de conformar bloques regionales subnacionales despertó el interés en distintos puntos del país. Con ello se esbozaron algunos proyectos, pero sin duda es la constitución de la Región Centro el mejor ejemplo de este proceso en Argentina.

La Región Centro de la República Argentina está integrada desde 1999 por las Provincias de Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos, concibiéndose como un espacio competitivo y complementario con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires -capital del país- y su entorno próximo. Además, es un territorio de fuertes lazos con el resto del mundo, de lo que es probada muestra un coeficiente de apertura (exportaciones / producto) que supera en más del doble al promedio argentino. En este marco, es que se están planteando alianzas inter-regionales con otros bloques en el continente sudamericano, como las regiones Centro-Oeste y Sur de Brasil, Uruguay y la Región Central de Chile (Regiones IV, V, VI y Metropolitana), para darle verdadero significado económico y social al Corredor Bioceánico Central, que comunica los puertos del Atlántico con los del Pacífico.

Argentina
REGION CENTRO
Córdoba.Entre Ríos.Santa Fe

Polimato PTNAT. 12/23/04 9:51 AM Page 3

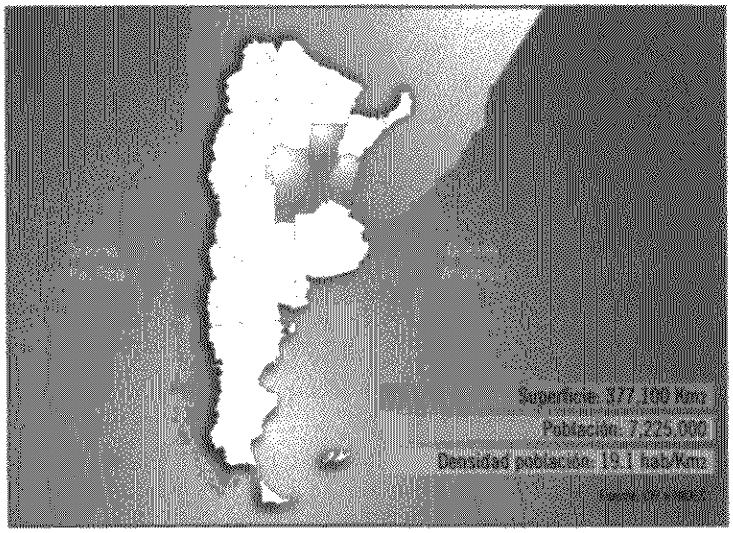
Argentina y Región Centro en el mundo



UBICACIÓN EN EL MUNDO



UBICACIÓN EN SUDAMÉRICA



PROVINCIAS REGIÓN CENTRO: Córdoba, Entre Ríos, Santa Fe

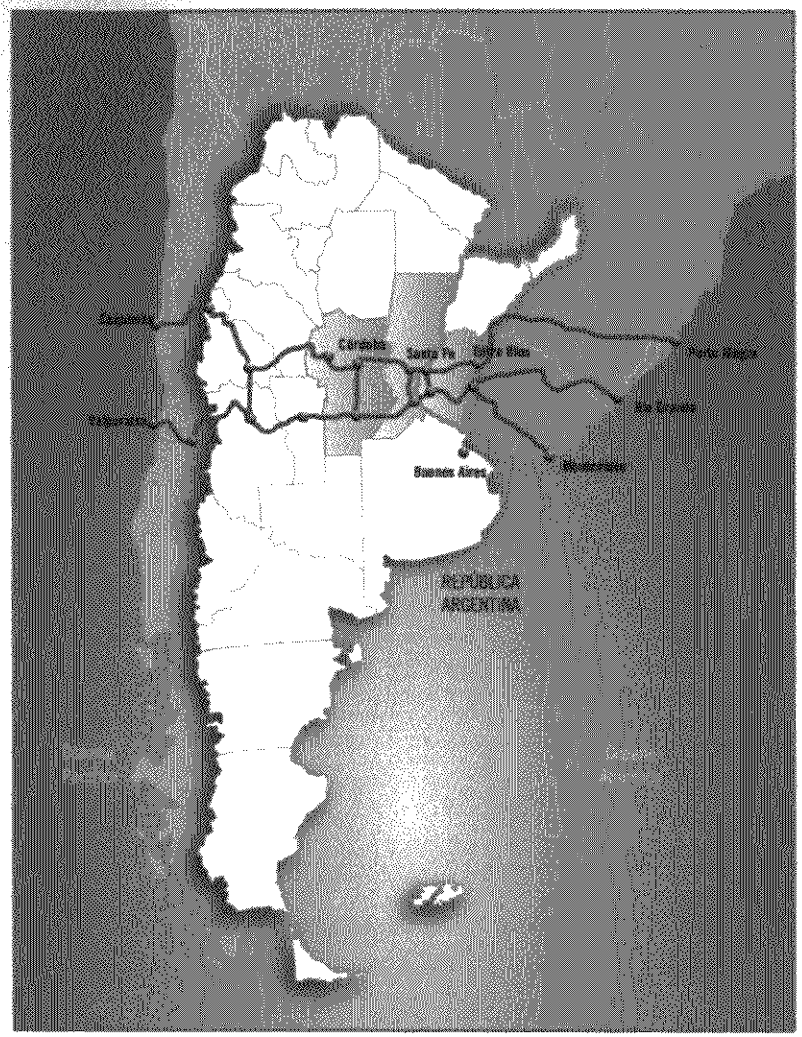
Argentina y Región Centro en el Mercosur



- Países Pertenecientes Mercosur
- Países Asociados al Mercosur
- ARGENTINA: división política
- Provincias que conforman la Región Centro

Rolleto PTMAT 12/13/04 9:51 AM Page 5

Corredor bioceánico e Hidrovías



El Sistema de Autopistas Regionales utiliza las conexiones físicas sobre los ríos Paraná y Uruguay (puentes, túnel subfluvial, represas, etc.), se complementa con una red de caminos que favorecen el ordenamiento y desarrollo territorial y posibilitan mayor flujo económico y social.

Corredor Bioceánico Central

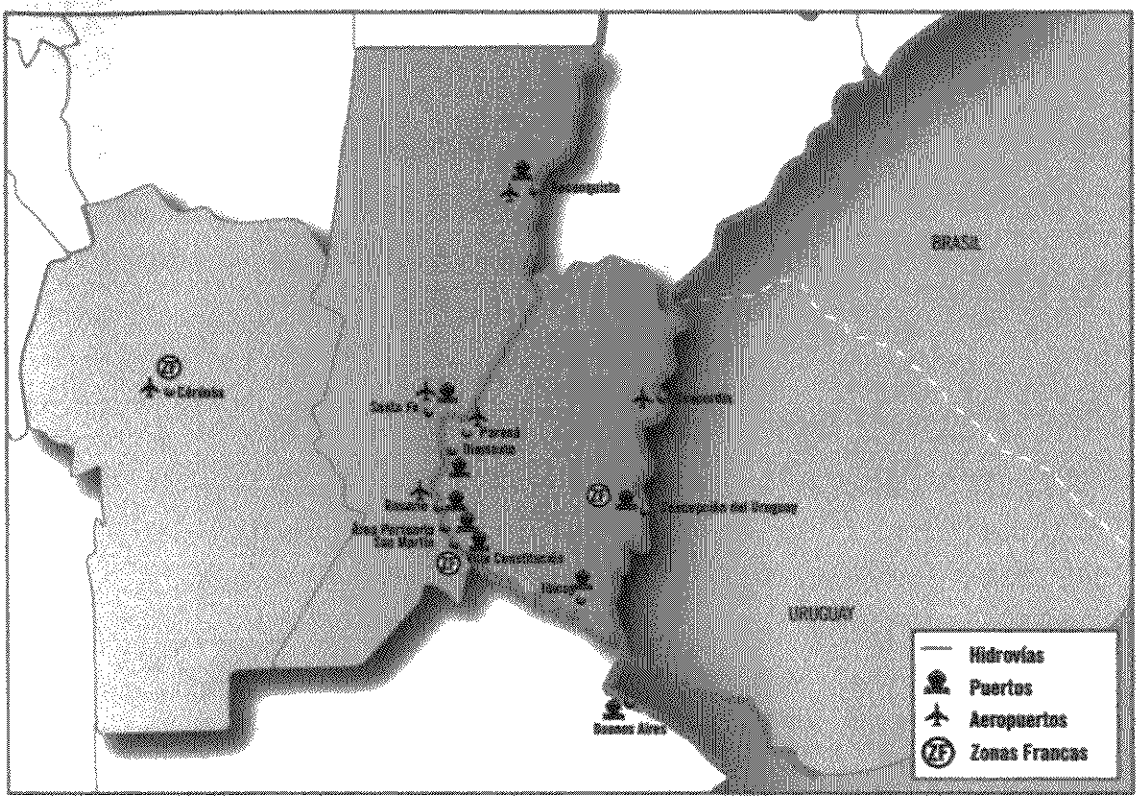
Hidrovías:

Paraná - Paraguay

Paraná - Tiete

Del Río Uruguay

Infraestructura de la Región Centro para la producción y la exportación



PUERTOS Y VÍAS NAVEGABLES.

Las Hidrovías facilitan la navegación y el transporte comercial, fluvial y favorece el desarrollo, modernización y eficiencia de las operaciones que permiten el acceso en condiciones competitivas a los mercados de ultramar.
La Región está cruzada de Norte a Sur por la Hidrovía Paraná - Paraguay, a la cual llega la Hidrovía Paraná Tieté, y por la Hidrovía del Río Uruguay.
Los Puertos de los ríos Uruguay y Paraná, se relacionan con el mapa productivo y económico de la Región Centro, y con la Red de Transporte Terrestre y Ferroviario que
dinamizan la actividad portuaria, la que además se incrementa por el dragado de la Hidrovía Paraná-Paraguay.

ORDENAMIENTO INDUSTRIAL

El desarrollo de la producción se ve apoyado por el Ordenamiento de la Localización Industrial, en 17 Parques Industriales y 36 Areas Industriales.

Son predios planificados, dotados de infraestructura, equipamiento y servicios comunes; aptos para la localización de industrias, con normativas internas y administrado por un ente promotor, para lograr el Desarrollo Organizado de la comunidad industrial que lo compone.

folleto FINAL 12/23/04 9:52 AM Page 7

Oferta Productiva Regional

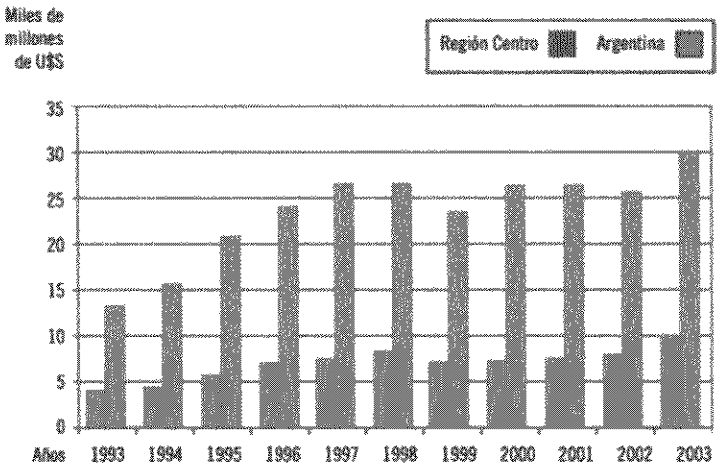
La Región Centro posee una economía altamente diversificada y es un importante polo productivo del país, tanto agropecuario como industrial. Su producto bruto es de aproximadamente 23 mil millones de dólares, el 18% del Producto Bruto Interno de Argentina, y sus exportaciones superaron los 10 mil millones de dólares en el año 2003, el 35% del total nacional.

El sector primario aporta el 13% del Producto Bruto Regional. Participa con más del 50% de la producción nacional de granos, el 100% de la producción de maní y más del 50% del arroz. Un tercio de la producción del trigo argentino es producido en la Región Centro, donde se efectúa casi el 40% de su molienda. Cuenta, además, casi con la mitad del stock porcino nacional y el 34% del bovino y produce el 70% de la leche del país.

La Región Centro es una de las principales productoras en Argentina de:

- Soja
- Maní
- Maíz
- Trigo
- Lácteos
- Carnes: Bovina, Porcina y Aviar
- Cueros
- Miel
- Arroz
- Cítricos: Naranjas, mandarinas y pomelos
- Automóviles
- Autopartes
- Maquinaria Agrícola y sus partes

Sector externo
EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES



SERIE HISTORICA DE EXPORTACIONES DE ARGENTINA Y DE REGION CENTRO
INTERCAMBIO COMERCIAL ARGENTINO- CHINO

Las exportaciones argentinas a China han crecido en la última década hasta ubicarse por encima de los 1000 millones de dólares. Las dos terceras partes corresponden a productos primarios y de base agrícola, entre los que se encuentran los porotos, harina y aceite de soja, cueros, lanas, tubos de acero sin costura, productos de la industria química, etc.
En términos de la importancia para China, Argentina le exporta la cuarta parte de sus compras internacionales de poroto y de torta de soja, el 40% de lo que importa de aceite de soja en bruto, el 15% de los tubos de acero sin costura, el 9% de los cueros y de las lanas.
China, por su parte, exporta a la Argentina principalmente maquinaria y transporte (40%), productos químicos (15%) y calzados de caucho y plástico (15%). Provee a Argentina el 80% de los juguetes que importa, y una cuarta parte de las radios y de las bicicletas.

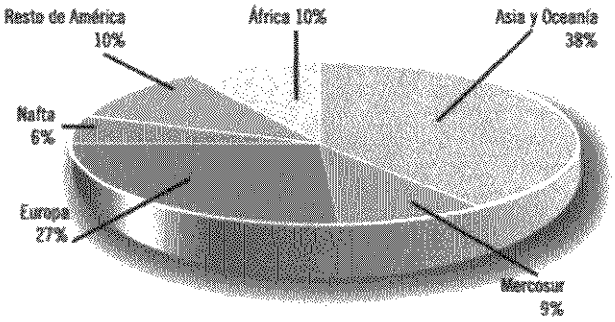
Descripción	Dólares Fob	Incidencia %
Semillas y frutos oleaginosos	1.210.824.686	50,1
Grasas y aceites animales o vegetales	787.021.475	32,5
Pieles (excepto la peletería) y cueros	107.360.111	4,4
Fundición, hierro y acero	34.390.645	1,4
Aceite de girasol	25.820.967	1,0
Lana peinada	21.783.332	0,9
Tubos para petroleo o gas	20.867.985	0,8
Papel o cartón para reciclar	17.861.637	0,7
Tubos de acero sin revestir	13.384.531	0,5
Gas de petroleo y demás hidrocarburos gaseosos	12.304.879	0,5
Pieles (excepto la peleteria) y cueros	11.462.540	0,4
Plástico y sus manufacturas	10.897.502	0,4
Productos químicos orgánicos	9.411.873	0,3

Fuente: Elaboración propia en base a INDEC.

EXPORTACIONES ARGENTINAS A CHINA

Destino de las exportaciones de la Región Centro (2003)

La región Centro exporta a casi 100 países y, con respecto a China, aporta casi el 70 por ciento de las compras que este país hace a la Argentina

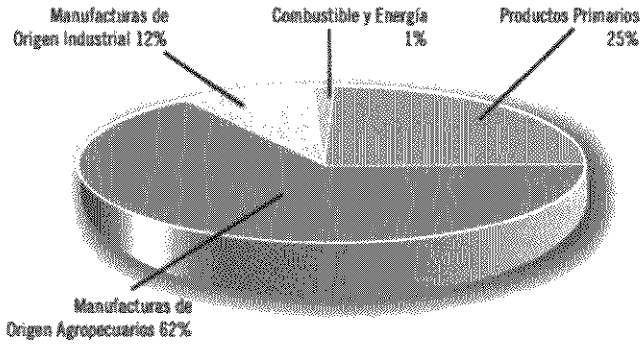


Fuente: Elaboración propia en base a INDEC.

Exportaciones de la Región Centro, según MOA, MOI y productos primarios (2003)

Las exportaciones regionales se componen en un 62 por ciento de manufacturas de origen agropecuario, 25% productos primarios, 12% manufacturas de origen industrial y el resto corresponde a combustibles y energía.

EXPORTACIONES POR GRANDES RUBRO



Fuente: Elaboración propia en base a INDEC.

Principales rubros de exportación regional

Entre las exportaciones regionales de productos primarios, se destacan las semillas y frutos oleaginosos, los cereales, y en tercer lugar, la miel.
Entre aquellos de origen agropecuario que poseen un grado de procesamiento en la Región Centro, podemos contar a los residuos alimenticios y preparados para animales, las grasas y aceites, las carnes, los productos lácteos y huevos, y pieles y cueros.
Entre aquellos productos de origen industrial exportados desde la Región Centro, se destacan el material de transporte, las máquinas y aparatos, material eléctrico, los productos químicos y conexos, metales comunes y sus manufacturas, materias plásticas, el papel, cartón, imprenta y publicaciones y caucho y sus manufacturas.

Incidencia de las exportaciones regionales en el total nacional:

Industria manufacturera

Exportaciones por Grandes Rubros	% Participación
Semillas y Frutos Oleaginosos	66.01%
Cereales	49.38%
Miel	35.16%
Productos Primarios	42.69%
Residuos Alimenticios y Preparados para Animales	90.73%
Grasas y Aceites	76.84%
Carnes	41.08%
Productos Lácteos y Huevos	80.90%
Pieles y Cueros	25.83%
Manufacturas de Origen Agropecuario	63.12%
Material de Transporte	3.78%
Máquinas y Aparatos, Material Eléctrico	27.81%
Productos Químicos y Conexos	9.67%
Metales Comunes y sus Manufacturas	9.64%
Materias Plásticas Artificiales	7.18%
Papel, Cartón, Imprenta y Publicaciones	10.52%
Caucho y sus Manufacturas	23.08%
Manufacturas de Origen Industrial	16.56%
Combustibles y Energía	1.79%
TOTAL	**35.31%**

Fuente: Elaboración propia en base a datos INDEC

Folleto FINAL 12/23/04 9:52 AM Page 11

Industria Manufacturera

La industria manufacturera, con su aporte del 22% al Producto Bruto regional, lidera la dinámica económica de la Región Centro.
La producción agropecuaria es la base de una poderosa agroindustria, entre las que se destacan los molinos de trigo, maíz y arroz, modernos frigoríficos exportadores, fábricas de jugos naturales, usinas lácteas y, por su magnitud, el complejo oleaginoso. Éste se encuentra entre los mayores del mundo y se concentra en torno al Gran Rosario y a su sistema portuario. Con 28 plantas de la más avanzada tecnología, la región dispone del 82% de la capacidad de crushing argentina, que le permite moler más de 20 millones de toneladas de granos y originar más del 90% de la producción nacional de aceites.

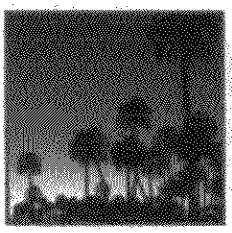
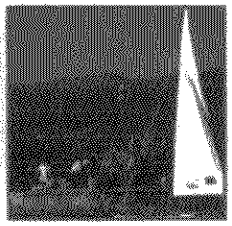
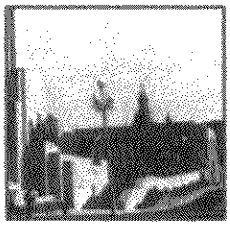
La fabricación de maquinaria agrícola y de diversos implementos tiene una fuerte presencia dentro de la industria metalmecánica. Las tres cuartas partes de las firmas destinadas a la producción de maquinaria agrícola en el país se ubican en la Región Centro. Del mismo modo, las industrias metálicas básicas alcanzan un grado de desarrollo de relevancia, en la que se destaca la producción automotriz, sector en el cual la Región tiene una conocida trayectoria y participa con la tercera parte de la fabricación de automóviles del país.

Estas actividades de larga tradición coexisten con otras ramas industriales de fuerte crecimiento reciente, como la industria electrónica e informática. Los productos fabricados por estas nuevas empresas tecnológicas son diversos e incluyen: desarrollo de software (estándares y especiales) para telecomunicaciones y otras aplicaciones; fabricación de hardware para telecomunicaciones; aparatos de electromedicina; balanzas electrónicas; estabilizadores de tensión; ensamblaje de computadoras personales; etc. Se destacan la conclusión de los polos electrónicos – informáticos de Córdoba y Rosario.

La petroquímica también tiene cabida dentro de la estructura productiva regional, con un conjunto de firmas que elaboran ácido sulfúrico, sulfato de aluminio, sulfhidrato de sodio y sulfuro de carbono, entre los más relevantes.

Entre las empresas de trayectoria internacional radicadas en la región se pueden mencionar dentro del complejo automotriz a Renault, Fiat, VW, Toyota, General Motors y John Deere que produce en el país motores y partes de tractores; dentro del complejo agroalimentario a Nestlé (lácteos), Cargill, Louis Dreyfus (trading de productos agropecuarios), ARCOR (golosinas y productos de molinería), La Plata Cereal (cereales, grasas y aceites vegetales), Swift Armour (elaboración de alimentos en base a carne bovina), Kraft-Suchard (golosinas), Ralston Purina (alimentos para mascotas). Entre las empresas del sector maderero sobresalen en la producción de tableros de fibras y partículas la chilena Masisa y la italiana Sadepan.

Oferta Turística

El turismo es una actividad de gran crecimiento. La región se perfila como un gran centro receptivo con una amplia gama de alternativas para el turista: sierras, turismo aventura, de tipo cultural y empresarial, islas y delta, y turismo de estancias.

Folleto FINAL 12/23/04 9:52 AM Page 12

PROVINCIA DE CÓRDOBA

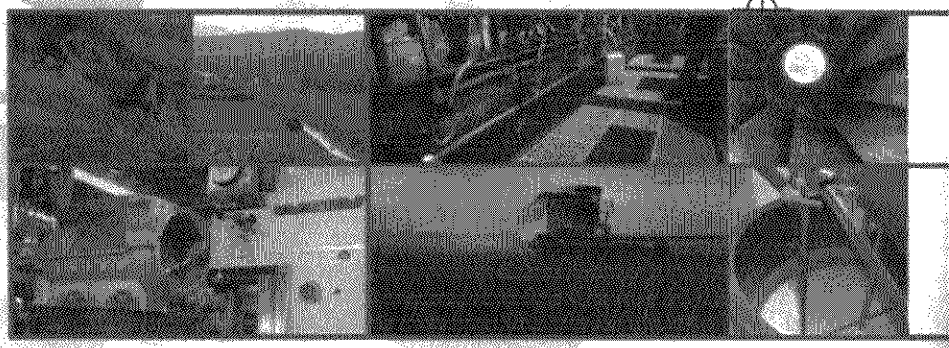
Córdoba
Ministerio de Producción y Trabajo. Agencia ProCórdoba
Bv. Chacabuco 1127 (5000) Córdoba Argentina
Tel (00-54-351-4343065/ 68)
carlos.kesman@cba.gov.ar
maria.petiti@cba.gov.ar

PROVINCIA DE ENTRE RIOS

Entre Ríos
Secretaría de Estado de la Producción. Subsecretaría de Industria, Comercio, Pymes y Relaciones Económicas Internacionales
Casa de Gobierno 1er. Piso Of. 99 (3100) Paraná - Entre Ríos - Argentina
Tel (00 54- 0343) - 4208428 / 4208316
induscomer@entrerios.gov.ar
josebgomez@arnet.gov.ar

PROVINCIA DE SANTA FE

Santa Fe
Ministerio de la Producción. Subsecretaría de Comercio Exterior
Bv. Pellegrini 3100 - Planta Baja (3000) - Santa Fe - Argentina
Tel.:(0054 342) 4505394/4505347/4505362/4505359
dcomext@santafe.gov.ar
gburchet@santafe.gov.ar



SAN MARTÍN 871 C1004AAQ
CAPITAL FEDERAL. ARGENTINA
Tel (54 -11) 4317- 0700
Fax (54-11) 4315-1238
www.cfired.org.ar

EVENTO	Hongos comestibles
DISEÑO	Libro

ronis Ok 12/22/04 9:16 PM Page 1



DIAGNÓSTICO REGIONAL DE HONGOS COMESTIBLES

EN EL ALTO VALLE DE RÍO NEGRO Y NEUQUÉN Y ÁREAS DE INFLUENCIA

SITUACIÓN PRODUCTIVA Y DISTRIBUCIÓN MINORISTA

Provincia del Neuquén - 2004

NEUQUEN es confianza

COPADE

CFI

posis OK 12/22/04 9:16 PM Page 1

DIAGNÓSTICO REGIONAL DE HONGOS COMESTIBLES EN EL ALTO VALLE DE RÍO NEGRO Y NEUQUÉN Y ÁREAS DE INFLUENCIA

SITUACIÓN PRODUCTIVA Y DISTRIBUCIÓN MINORISTA

zonia OK 12/22/04 9:16 PM Page 3

ANÁLISIS DE PRODUCTORES DE HONGOS COMESTIBLES

La actividad de hongos comestibles se inició en el Alto Valle de Río Negro y en Neuquén hace 15 años y ha evolucionado por la participación de organismos provinciales y nacionales en investigación, difusión y financiamiento a la producción.

El hongo más difundido y cultivado para su producción comercial es el Pleurotus ostreatus (hongo ostra o gírgolas), en sus distintas variedades y en menor medida Lentinula edodes (Shiitake).

La disponibilidad de la materia prima, relativa facilidad de control de las condiciones agroecológicas necesarias, y necesidad de cultivos alternativos han puesto a la zona al frente del cultivo de Pleurotus sp.

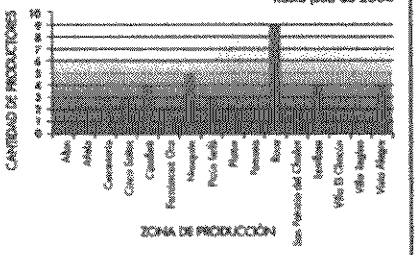
POBLACIÓN DE PRODUCTORES

Los productores de hongos comestibles están distribuidos entre las zonas de Pomona, Picún Leufú, Añelo y Alto Valle de Río Negro y Neuquén (Cuadro 1) totalizando alrededor de 50 emprendimientos.

AMAM ALTO VALLE



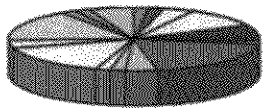
Cuadro 1. Productores de hongos comestibles con producción hasta julio de 2004



ANÁLISIS DE PRODUCTORES

La situación de los productores de hongos comestibles fue estudiada en 51 casos (2004), distribuidos en las zonas mencionadas del Alto Valle de Río Negro y Neuquén. (Cuadro 2)

Cuadro 2. Distribución en % de Productores de Hongos Comestibles encuestados en el Alto Valle y áreas de influencia



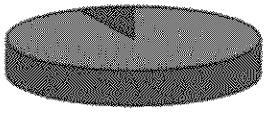


El total de encuestas realizadas, evidencia que un 59% produce hongos, y el resto dejó de producir o actualmente no produce. Entre las causas por las que no producen comercialmente se encuentran: se reservan para autoconsumo, falta de recursos, problemas particulares y plagas varias. Un 10% de los productores estima iniciarse en la primavera de 2004.

TIPO DE PRODUCCIÓN

De los productores en actividad, un 93% produce en troncos al aire libre, mientras que el 7% restante produce sobre sustrato en lugares confinados (Cuadro 3).

Cuadro 3 . Tipo de Producción





TIPIFICACIÓN EN ESTRATOS DE PRODUCCIÓN

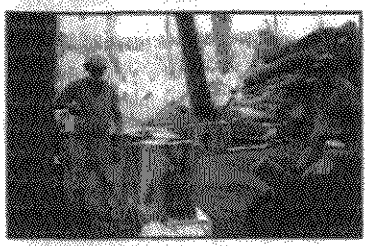
En la región se diferencian por tamaño de establecimiento los siguientes estratos de productores:

a) Productor pequeño: hasta 1000 troncos, inicia sus

poesia OK 12/22/04 9:17 PM Page 4

primeras experiencias en el cultivo, con un grado de desarrollo incipiente, produce para consumo familiar y vende el excedente.

PULVERIZANDO EN EL MOMENTO DE SIEMBRA



b) Productor mediano: entre 1000 y 5000, con experiencia en el cultivo que le permite el manejo del número de troncos, pero los ingresos que obtiene le alcanzan sólo para cubrir las necesidades básicas de una familia tipo.

c) Productor grande: mayor a 5000 troncos, con experiencia del cultivo que le permite un manejo integral de la explotación, la subsistencia y mejorar el nivel de vida de la familia tipo.

RIEGO DE HONGOS SOBRE TRONCOS



d) Productor sobre sustrato: se consideraron dos productores, uno grande de 10 toneladas de sustrato y el otro más pequeño de 1,5 toneladas.

TIPO DE ACTIVIDAD

Para el 93% de los productores de hongos sobre troncos, y todos los de sustrato, esta actividad es complementaria de otras actividades tales como horticola, frutícola, granja, apícola, trabajos extraprediales, jubilados y subsidiados. Sólo es principal, para dos tercios de los productores con una cantidad mayor a 5000 troncos.

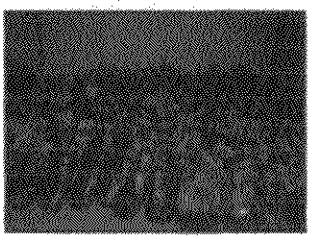
ANTIGÜEDAD EN EL RUBRO

El 29% de los productores sobre troncos tiene más de 3 años de antigüedad. Entre 1 y 3 años se ubica el 32%. Un 39% no ha cumplido el primer ciclo productivo. La mitad de productores en sustrato tienen más de 3 años de antigüedad y el resto de 1 a 3.

ESTRUCTURA PRODUCTIVA

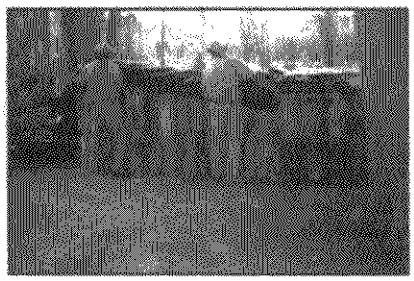
Los productores de hongos sobre sustrato contratan mano de obra permanente, y uno además contrata temporaria (produce su propio sustrato).

INCUBACIÓN SOBRE ILUSTRATO



Las estructuras productivas sobre troncos son de carácter familiar (64%) y admiten mano de obra temporaria (tareas de siembra y cosecha). Un 29% de productores en troncos utiliza mano de obra exclusiva familiar, principalmente aquellos de menos de 1000 troncos.

INCUBACIÓN SOBRE TRONCOS



zonia Ok 12/22/04 9:17 PM Page 5

GRADO DE ASOCIACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN CÁMARAS

HONGOS SECADOS EN CÁMARA DE PRODUCTORES



Un 82% de los productores de hongos sobre troncos se caracteriza por ser independientes. Un 18% dice estar agrupado en cooperativas. Los productores de hongos sobre sustrato no poseen ningún grado de asociación.

El 54% de los productores sobre troncos integran la Cámara de Hongos de la Patagonia, principalmente los de más de 1000 troncos. Así acceden al procesado, envasado y deseacado de sus productos. Los de sustrato no participan en la cámara.

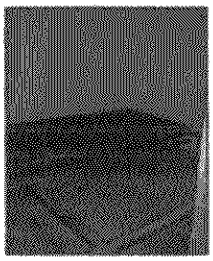
INTEGRACIÓN VERTICAL EN LA CADENA PRODUCTIVA

Un 20% de productore sobre troncos está integrado en la elaboración del producto. La mayoría (primarios), venden hongo fresco o secado, en la Cámara. La integración se incrementa con el número de troncos. En sustrato sólo la mitad está integrada.

CICLOS PRODUCTIVOS

El 36% de los productores sobre troncos no ha cumplido con el primer ciclo productivo, el resto ha cumplido uno o más ciclos.
Los productores sobre sustrato realizan ciclos productivos continuos (mínimo 4-6 ciclos por año).

CÁMARA PASTEURIZADORA



ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

La totalidad de productores ofrecen hongos frescos, secos un 61% en troncos y 50% en sustrato, y encurtidos el 39% en troncos.

La mitad de los pequeños productores presenta una tendencia hacia el encurtido. Los que producen más de 1000 troncos se orientan a los hongos secos.

SELLADO DE HONGOS SECOS



ASESORAMIENTO PROFESIONAL

Un 57% de los productores sobre troncos están sin asesoramiento; un 22% recibe asesoramiento profesional, y un 21% es asesorado por otras fuentes (Puestos de Capacitación Agropecuaria y productores experimentados).

Todos los productores de sustrato reciben asesoramiento (CentroPYME y profesional independiente).

RENDIMIENTOS

Un 44% de los productores poseen rindes mayores a 750 gr./tronco, principalmente los de más tamaño. Un 72% de productores intermedios, rinden más de 500 g. Un 21% de los productores con menos de 1000 troncos, tienen un rinde entre500 y 750 g.

Los productores sobre sustrato tienen una eficiencia del 25-30% del peso del sustrato.

COMERCIALIZACIÓN

Un 71% de los productores sobre troncos venden en chacra o zona de producción, seguido de un 54% a minoristas. Sólo un 18% de los productores venden a mayoristas . Los productores sobre sustrato venden en mercado interno a mayorista y restaurantes.

posia OK 12/22/04 9:17 PM Page 6

Los vendedores principales de hongos son las provincias de Río Negro y Neuquén, donde ofrecen el 94% de los productores sobre troncos. Venden fuera de la región, sólo un 12%. Los productores sobre sustrato venden regional y extra regionalmente.

ESTACIONALIDAD DE LA OFERTA

La producción de Pleurotus muestra una marcada estacionalidad en la oferta, en marzo, abril y mayo, para la mayoría de productores sobre troncos. En los productores sobre sustrato, la oferta es constante debido al sistema de producción.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

La presentación habitual del productor de tronco en fresco es la bandeja (38%), principalmente en productores de 1000 troncos y entre 1001 a 5000. Le siguen a granel y la bolsa de 0,5 o 1 de kg. Para secos, se menciona la bolsita de 25 a 50 gr.

HONGOS FRESCOS



En los productores de hongos en sustrato, la presentación frecuente en fresco es en bandeja y a granel y en secos, la bolsita de 25 y 50 gr.

PLAZO DE COBRO

La forma de cobro habitual es al contado en un 59% de los casos (productores sobre troncos), siendo más importante en aquellos con menos de 1000 troncos. En productores sobre sustrato, el cobro es al contado.

PRECIOS

Los precios promedios de hongos frescos recibidos por el productor de troncos son de $ 8,85/kg. En general, el precio se incrementa a mayor número de troncos: en el estrato menor $ 8,50/Kg., el intermedio $ 9/kg., y el de más de 5000 troncos $ 11,50 Kg. Los precios sobre sustrato ubican entre $ 8,50 a $ 10.

Si nos referimos al hongo seco, son pocos los casos que indican precios, siendo el valor más habitual el de $ 95/kg. Sólo un 50% de los productores sobre sustrato venden sus hongos secos a $100/Kg.

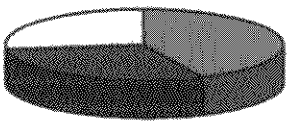
EXPECTATIVAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El 93% de los productores sobre troncos quieren en un futuro aumentar la producción y comercialización de hongos. Comportamiento similar se observa en los productores sobre sustrato.

PROBLEMAS DETECTADOS POR EL PRODUCTOR

Para los productores sobre troncos, la comercialización es el mayor problema en un 57% de los caso. Le siguen el financiamiento (39%) y problemas de producción (36%). Productores de sustrato indican problemas en financiamiento y en tecnología (Cuadro 4).

Cuadro 4. Problemas detectados



Un 33% de los productores indican desconocimiento de canales de comercialización, y falta de promoción, un 27%. Luego indican falta de normas de calidad y exportación, problemas con comercializadores, altos costos mercadeo, dificultades en el cobro y habilitaciones comerciales.

En producción se incluyen como problemas factores agroecológicos adversos como viento, plagas, fructificación y problemas en los micelios. En menor medida, se indica la falta de asesoramiento y unificación de la calidad.

El financiamiento se menciona mayoritariamente en aspectos relacionados con disponibilidad de líneas blandas de crédito en un 78% de los casos. En menor medida, se indica acceso al financiamiento y dificultades en el pago de créditos concedidos.

NECESIDADES DE CAPACITACIÓN INDICADAS POR EL PRODUCTOR

El 79% de los productores sobre troncos requieren capacitación en la comercialización, el 54% en producción, el 46% en cómo mejorar el financiamiento, y el 39% quieren mejorar la adaptación de nuevas tecnologías. Uno de los productores sobre sustrato opina que necesitan capacitación en tecnología y el resto no requiere.

FUENTES DE INFORMACION

Para la realización de las encuestas se confeccionó un listado de productores con el aporte y colaboración del Copade, Cámara de Productores de la Patagonia, Dirección de Producción de Sanillosa, Cooperativa Collompa, Puestos de Capacitación Agropecuaria de San Patricio del Chañar, Picun Leufu y Plottier, Crear, Endecic, FUNBAPA de Valle Medio, ADINEC y productores de toda la Región.
Con un aviso publicado en los medios de mayor difusión, posteriormente se pudo ampliar la lista a julio de 2004, y se detectaron así 80 emprendimientos: 44 productores en actividad, 6 productores que se negaron a contestar, 24 que no producen al momento de la encuesta por distintos motivos, y el resto no fueron localizados.
Los 51 casos estudiados representan al universo de productores (2004).

DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE HONGOS COMESTIBLES

• La distribución minorista de hongos comestibles fue estudiada en 200 establecimientos de distintas localidades del Alto Valle de Río Negro y de Neuquén y áreas de influencia, en 2004. Un 76% correspondió a la pequeña superficie y el resto a la de mediana y gran superficie.

• El 80,5% de los comercios es independiente, e involucra principalmente a la despensa, mercado, verdulería, dietética, feria y regional, y autoservicio. El resto presenta grado asociativo en cadena y se destacan el supermercado e hipermercado.

• Un 56,5% de comercios sondeados venden hongos, principalmente el hipermercado, supermercado y autoservicio con un 100%, 87% y 77% respectivamente. Los pequeños comercios comercializan entre un 29 y un 56% a excepción de la dietética (100%).

• El nivel de las familias compradoras de hongos a comercios detallistas es principalmente Medio en un 53,9% seguido por Medio-bajo 22,1% y Medio-alto 16,8%.

• La ganancia (43,3%) es la principal ventaja de la venta de hongos.

• El motivo principal de los comercios que no venden hongos (43,5%) es que no hay demanda por el alto costo y el desconocimiento de su uso. El perfil de las estas familias es de nivel Medio-bajo (52.9%) seguido del Medio (23%) y Bajo (16.1%).

• La distribución minorista de hongos presenta en las ventas un mayor peso de los Encurtidos (65,4%) seguido de los Secos (49,5%) y Frescos (32,7%).

• En los secos predomina el Pleurotus seguido de Boletus (en esta región se recolecta Suillus sp., que es conocido como Boletus o "hongos de los pinos". Es muy similar al Boletus sp. recolectado en otros países). En los frescos destaca el Champiñón seguido del Pleurotus. En encurtidos se destaca mayoritariamente el champiñón donde la participación de Pleurotus es muy pequeña.

• Alto Valle de Río Negro y Neuquén es la principal zona de procedencia de Pleurotus seco. En Boletus secos adquiere importancia Chile. Igual tendencia se observa en los hongos secos sin especificar aunque se intuye corresponde a las variedades mencionadas.

• Mendoza es la principal zona de procedencia de Champiñón fresco seguido de Buenos Aires. Pleurotus procede del Alto Valle de Río Negro y de Neuquén y Shiitake de la provincia de Buenos Aires.

TRANSPORTE DE HONGOS FRESCOS



cronia Ok 12/22/04 9:17 PM Page 8

• Buenos Aires es la principal procedencia de Champiñón encurtido seguido de China. En cuanto al Pleurotus encurtido procede de El Chocón (Neuquén), con escasa relevancia.

• Los productores de la zona son los principales proveedores de variedades de hongos secos a los comercios minoristas. En el caso de Pleurotus y Boletus adquiere cierta importancia la distribución mayorista de la zona.

• Los mayoristas de la zona que incluyen al Mercado Concentrador, son los principales proveedores de champiñón (48%) y Pleurotus (43%) frescos, seguidos en un segundo plano por los productores de la zona.

• Los mayoristas de la zona son los principales proveedores de Champiñón encurtido (48%), y los productores de otras zonas de Pleurotus.

• El promedio de compra anual por comercio (incluyen la muestra de 200 comercios) es en fresco de 19.8 y 10.9 kg/año en Pleurotus y Champiñón respectivamente; en secos de 0.93 y 0.55 kg/año en Pleurotus y Boletus respectivamente, y 23.2 kg/año en Champiñón encurtido.

• La forma habitual para efectuar las compras muestra una pequeña diferencia a favor de recibir al proveedor, hecho que se acentúa en la mediana y gran superficie de venta.

• Los pagos habituales a los proveedores son al contado. A distancia le siguen una semana y hasta un mes de plazo, característico de la gran superficie (supermercados e hipermercados).

• Sólo un 14.1% de los minoristas trabaja a granel, en su mayoría en forma exclusiva, principalmente en los pequeños comercios donde alcanza un mayor peso la dietética.

• Si bien en los envases de venta se observa una gran variedad de presentación, los más utilizados son: en secos la bolsita de 25 a 50 gramos, en frescos la bandeja de 200 a 300 gramos y en encurtidos la lata y el frasco de 400 y 330 gramos respectivamente.

• Los productos frescos presentan una mayor estacionalidad en las ventas en comparación con los secos y encurtidos, en mayor medida frescos Pleurotus que Champiñón se halla disponible todo el año.

Las épocas de mayor venta de frescos es Pleurotus y Shiitake en otoño e invierno, y champiñón en invierno y verano. En secos prevalece el invierno para todo tipo de hongo, y en encurtido: Champiñón se destaca en verano e invierno. Pleurotus no varía según la época del año.

• Las pérdidas de hongos frescos alcanzan un mayor peso en el rango de 1-10% (46% de los comercios), seguido por el rango de 11 al 20% (24%). El motivo principal de las pérdidas es porque se pasan, ya que no se venden, situación que se da en un 75% de los casos.

• Precio es el principal motivo de compra de hongos que se asocia a la apariencia, frescura, limpieza y presentación. Un segundo nivel como medianamente importante lo integra sabor, tamaño y color. Resultan indiferente al consumidor la procedencia, variedad, sticker y marca.

• En general los precios varían en un 24.8% en opinión de los comercios encuestados. Esto se da en mayor medida en frescos (47.3%) seguido de secos (22.6%) y encurtidos (17.1%).

• En los productos frescos, el menor precio es en otoño coincidente con la producción de Pleurotus sobre troncos, y los mayores precios en invierno, época de buen consumo. En secos y encurtidos, los mayores precios se dan en invierno coincidente con la época de mayor venta.

• El nivel de los precios medios anuales (2003) mostró ser superior en hongos secos respecto de frescos y encurtidos.

• En secos, el rango de precios se ubica entre $ 80 a $ 140/kg, alcanzando un mayor precio promedio el Shiitake, seguido de Pleurotus, Boletus y Sin especificar.

• En productos frescos, los precios muestran una menor variación ya que oscilan entre $ 13 y $ 15/kg. Shiitake presenta un mayor precio promedio seguido de Champiñón y Pleurotus,

• Tanto en hongos secos como en frescos se observa que, a medida que aumenta el tamaño de la empresa aumentan los precios de venta de hongos.

• Los precios de Champiñón encurtido alcanzan valores similares a los frescos (14.6 $/kg) a excepción del Pleurotus que presenta valores tres veces superiores.

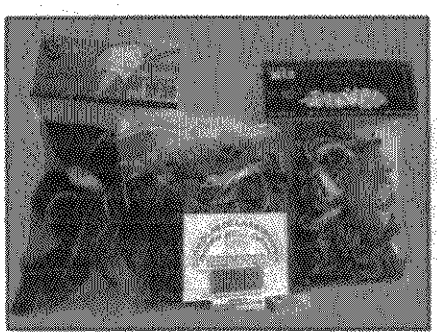
• Un 54% de los minoristas trabajan con márgenes que oscilan entre un 21 a un 30%. Un 20% indica márgenes menores al 20% y un 14% señala márgenes superiores al 30%.

• Sólo un 16,9% de los responsables de establecimientos minoristas manifiestan realizar campañas de publicidad y promoción en el sector hongos.

• La publicidad callejera es el medio más utilizado, seguido de la televisión, principalmente por los supermercados. En cambio la radio es el medio del que se vale el pequeño comercio.

• Folletos, recetarios y oferta a bajo precio son las técnicas más utilizadas en la promoción. Los folletos y ofertas se destacan en supermercados e hipermercados, mientras que los recetarios son de uso generalizado. La degustación es escasamente aprovechada.

PACKAGING DE HONGOS SECOS



• Sólo un 13,1% de los comercios minoristas estima como muy buenas y excelentes las perspectivas futuras del sector hongos en su negocio principalmente por un aumento de la demanda del producto y mayor campaña de difusión.

• Un 36,2% de los comercios considera buena las perspectivas futuras, porque se vende bien y existe difusión del producto. Un 48,6% la estima entre regular y mala por poca venta y desconocimiento del producto.

• Comparando el período analizado (2003) con respecto a 2002, se observa una pequeña tendencia a incrementar el consumo en los tres tipos de hongo, según la percepción del minorista.

ANÁLISIS MULTIVARIADO. TIPOLOGÍA PRODUCTORES

A los efectos de estratificar los distintos tipos de productores de hongos, se utilizaron 5 variables obtenidas a partir de las encuestas realizadas, que se detallan a continuación:

NDT = Cantidad de troncos.
INVE = Inversión inicial, considerando capital fundiario, mejoras y capital de explotación fijo, determinados a partir de estimaciones con la información recopilada en encuestas.
CDS = Cantidad de sustrato, en toneladas.
RSM2 = Rendimiento por metro cuadrado de estructura de fructificación o cámara de fructificación.
GMO = Gastos de mano de obra.

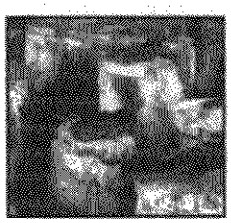
Resultados Análisis Multivariado

En la componente 1 se representan las variables: RSM2, CDS y INVE y en la componente 2 queda gobernado en la parte inferior por NDT. Estas variables explican más del 90% de la información.
Se observan 4 grupos en el plano principal, a partir del análisis de componentes principales. (Cuadro5)

El **Grupo A** es el formado por dos productores sobre sustrato, sin troncos.



En este grupo se puede observar que uno de los productores posee una alta inversión inicial respecto del otro integrante. También hay que destacar los altos rendimientos por metro cuadrado de cámara de fructificación que poseen.



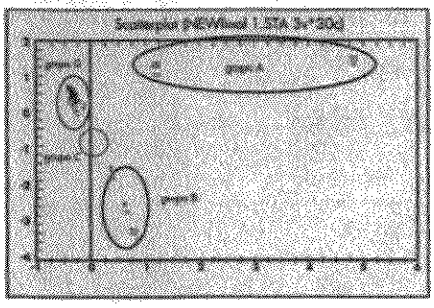
El **Grupo B** donde intervienen tres productores, se caracteriza por el alto número de troncos (6500 a 13000) y por una mayor inversión inicial, además de un mayor gasto de mano de obra.

El **Grupo C** identificado por 2, posee una cantidad media de troncos de 3500 a 4000, como también una inversión media de capital inicial y un gasto medio de mano de obra.

posis OK 12/22/04 9:17 PM Page 10

El Grupo D se caracteriza por 23 productores con baja cantidad de troncos, (100 a 2000), como así también una baja inversión inicial, y bajo nivel de gasto en mano de obra.

Cuadro 5. Representación gráfica de conglomerados de productores de hongos



COSTOS DE PRODUCCIÓN. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

La valuación de los insumos y materiales se realizaron a valores de mercado al mes de mayo de 2004, incluyendo IVA. La información fue brindada por comercios que proveen de estos materiales e insumos, y datos obtenidos en las encuestas a productores.

Dada la dificultad de separar el trabajo familiar del contratado, se consideró para valuar la mano de obra el valor de un jornal de $ 24,85 correspondiente a un peón rural sin las cargas sociales a mayo de 2004 (Régimen Nacional del Trabajo Agrario).

• El capital fijo se amortizó por el método simple A = M/n, donde M es igual al monto considerado y n, la vida útil del bien; los valores correspondientes a la vida útil de los bienes fueron obtenidos de Frank (1977), y de valores indicados por experiencia de los mismos productores.

• El costo de oportunidad (interés) del capital inmovilizado se determinó considerando la mitad de la vida útil del bien, aplicándose una tasa del 5% para el capital fijo y del 8% para el capital circulante.

• Se calculó el costo total (Gastos + Amortizaciones + Intereses) y el costo por tronco y por kilo de sustrato. También se determinó el costo de producción por kilo de hongo.

• Para el presente análisis económico se adoptó el criterio de devengado es decir el uso de los recursos al momento de su transacción u operación.

• Cada caso es representativo de cada estrato.

La determinación de los costos de producción de hongos discriminados según sus componentes (gasto, amortización e interés) y nivel tecnológico se indica en el Cuadro 6.

Local OK 12/22/04 9:17 PM Page 11

Cuadro 6. Costos de producción de hongos según nivel tecnológico

	700 troncos $	%	3.500 troncos $	%	10.000 troncos $	%	Sustrato	%
Gasto Directo	2895.5	82.7	7183.1	78.7	21670.0	76.0	12.006.3	59.0
Amortización	437.5	12.5	1603.1	15.7	4978.3	17.5	5094.4	25.0
Intereses	177.8	5.0	629.9	5.5	1.884.2	6.5	3157.1	16.0
Total	3510.7	100.0	9416,3	100.0	28497.0	100.0	20257.8	100.0

Los costos totales aumentan con la cantidad de troncos utilizados. Los gastos directos tienen una alta incidencia en los costos totales, y representan entre un 76% y 82%.

Cuadro 7. Costos de producción de hongos sobre distintos niveles de troncos.

Tipo de productor	700 troncos $	%	3.500 troncos $	%	10.000 troncos $	%
Gastos directos	2895,48	82,74	7.183,05	78,72	21.669,97	76.04
Mano de obra total	**1.559,34**	49,27	**3.242,93**	35,54	**10.511,55**	36,89
Mano de obra permanente	-	-			7.455,00	
Mano de obra siembra	93,19		310,63		869,75	
Mano de obra cosecha	173,95		1.116,25		1.640,10	
Mano de obra tareas varias	1.292,20		1.814,05		546,70	
Insumos total	**1336,14**	38,47	**3.940,12**	43,18	**11.158,42**	39,16
Motosierra contratada	70,00	-	-			
Combustibles + GCyB	33,08		119,67		651,03	
Insumos siembra	451,05		2.144,95		6.110,39	
Insumos cosecha	256,00		1.280,50		3.577,00	
Insumos varios + electricidad	249,00		395,00		820,00	
Amortización	**437,45**	12,46	**1.603,05**	15,74	**4.978,30**	17,47
Amortización de mejoras	257,88		833,25		3.333,00	
Amortización capital de explotación	179,57		769,80		1.395,30	
Intereses al capital	177,77	5,06	629,92	5,53	1.884,24	6,49
Renta fundiaria	7,50		17,50		150,00	
de las mejoras	31,00		97,00		388,75	
Capital de explotación fijo	23,44		229,50		259,69	
Del capital circulante	115,42		285,92		862,80	
COSTO TOTAL EMPRESA	3.510,71	100,00	9.416,35	100.00	28.497,01	100,00
COSTO TOTAL POR TRONCO	3,51		2,69		2,85	
COSTO TOTAL / KG HONGO	5,02		3,85		4,07	

Cuadro 8. Costos de productores de hongo sobre sustrato

Conceptos	Pesos ($)	%
Gastos directos	**12.006,30**	**59**
Mano de obra total	**4.920,30**	**24**
Mano de obra permanente	4.920,30	
Insumos total	**7.086,00**	**35**
Insumos siembra	4.050,00	
Insumos cosecha	1.296,00	
Electricidad + gas	1.740,00	
Amortizaciones	**5.094,40**	**25**
Amortización de mejoras	1.300,00	
Amortización capital de explotación	3.794,40	
Intereses al capital	**3.157,05**	**16**
Renta fundiaria	15,00	
de las mejoras	975,00	
Capital de explotación fijo	2.167,05	
COSTO TOTAL PARA 6 CICLOS	**20.257,75**	**100**
COSTO TOTAL POR KG DE SUSTRATO	**2,25**	
COSTO TOTAL POR KG DE HONGO	**7,50**	

En sustrato tienen un peso importante las amortizaciones e intereses, con un 41% del total de los costos.

El costo por kilogramo de hongo de tronco es mayor en el modelo de 1000 troncos, que se debe a la mayor incidencia del gasto en mano de obra. No se observa gran diferencia en los modelos planteados en los grupos B y C.

El costo por kilogramo de hongo es mayor en la producción sobre sustrato que sobre troncos, pero es de mayor estabilidad en sus rendimientos.

B) Rentabilidad

Cuadro 9. Análisis de rentabilidad con rendimiento de 0,500 gr por tronco

GRUPO de productores	Ingreso	Bruto Margen	Bruto Ingreso	Neto Ingreso de la	familia Ingreso al	capital Beneficio al
capital % 1000	4743.0	3133.5	2696.1	2518.0	1403.9	28
3500	16600.5	11231.5	9628.5	8998.5	7184.5	35
10000	50220.0	36005.0	31026.7	29178.0	21723.0	49
Sustrato	22950.0	10943.7	5849.3	2692.3	5849.3	16

Cuadro 10. Determinación del Margen Bruto por tronco y por peso de capital invertido

GRUPO de productores	Margen Bruto	Gastos Directos	Margen bruto por /tronco	Margen bruto /Gastos
1000	3133.5	2895.5	3.13	1.08
3500	11231.5	7183.1	3.21	1.56
10000	36005.0	21670.0	3.60	1.66

El beneficio se incrementa al aumentar el número de troncos, sin embargo deberá considerarse el análisis de sensibilidad, ya que la producción sobre troncos presenta una gran sensibilidad con la variación de rendimientos.

Cuadro 11. Análisis de rentabilidad con rendimiento de 0,300 g por tronco

GRUPO de productores	Ingreso Bruto	Margen Bruto	Ingreso Neto	Ingreso de la familia	Ingreso al capital	Beneficio al capital
1000	2193	584	146	-32	-1146	-23
3500	7676	2307	703	74	-1741	-8
10000	23220	9005	4027	2178	-5277	-12

Cuadro 12. Análisis de rentabilidad con rendimiento de 0,800 g por tronco

GRUPO de productores	Ingreso Bruto	Margen Bruto	Ingreso Neto	Ingreso de la familia	Ingreso al capital	Beneficio al capital
1000	6443.00	4833.51	4396.06	4216.05	3103.86	62
3500	22550.50	17181.50	15578.45	14948.53	13134.48	63
10000	68220.00	54005.03	49026.73	47177.99	39722.99	89

PROPUESTAS DE MARKETING

ANÁLISIS VENTAJAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Con el modelo <VDOA> se pretende analizar la situación del sector de hongos comestibles desde dos tipos de visiones diferentes; una interna (ventajas y debilidades) que responden a las características del subsistema formado por los productores de hongos y una externa (oportunidades y amenazas) que representan el contexto donde actúan (entorno social, político, económico, tecnológico, competitivo y de otras industrias), y su relación con los clientes (mayoristas, minoristas, industrias, consumidores e importadores).

En este análisis surgen los aspectos básicos que permiten elaborar las decisiones estratégicas a través de la matriz VDOA. Sus conclusiones se centralizan en las estrategias condicionantes, las cuales marcan las pautas básicas y primarias a desarrollar y que a su vez subordinan a un grupo de estrategias opcionales que contribuyen a los objetivos a alcanzar (reactivación y desarrollo del sector).

Si bien el límite entre las diferentes estrategias no es total, el primer paso consiste en enfrentar los problemas y defender las posibilidades que el sector de empresas productoras y elaboradoras presenta con relación al medio. La definición de estrategias condicionantes permite trasladarse luego a las estrategias opcionales relacionadas al mejoramiento y crecimiento del sector. Todas estas acciones, algunas condicionantes y otras opcionales forman una propuesta de contribución a un plan de desarrollo estratégico de la actividad de hongos regionales.

Pagina 14 12/22/04 9:17 PM Page 14

ANÁLISIS "FODA"

En este apartado se enumera una lista de ventajas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector de hongos comestibles en Alto Valle de Río Negro y Neuquén y zona de influencia. Las estrategias planteadas (condicionales y opcionales) constituyen algunas de las propuestas para alcanzar el objetivo de desarrollo del sector.

MATRIZ «FODA» PARA PRODUCTORES DE HONGOS COMESTIBLES DE ALTO VALLE DE RIO NEGRO Y NEUQUÉN Y ÁREA DE INFLUENCIA

	VENTAJA	**DEBILIDAD**
	V1. Experiencia en la producción V2. Disponibilidad de conocimiento y tecnología de manejo de cultivo y procesamiento V3. Experiencias asociativas en Cooperativas y Cámaras productoras V4. Contar con una variedad de Pleurotus destacado regionalmente: hongo de tronco con más fibra y corne. V5. Oferta y calidad diversificada: Producto de sustrato y de tronco V6. Disponibilidad de micelio y sustrato inoculado regional V7. Cultivo requiere poca atención y bajo costo operativo en troncos V8. Utilización suelos no productivos V9. Volumen ideal manejo familiar V10. Producto sin contaminación V11. Disponibilidad de un financiamiento para la conversión de tronco en sustrato (Neuquén) V12. En otras zonas no cultivan sobre troncos. V13. Disponibilidad de hongos frescos todo el año (de sustrato)	D1. Estacionalidad producción troncos D2. Dificultades provisión micelio D3. Falta cadena de frío para comercializar producto fresco D4. Manejo empresa con muy escaso sentido empresarial D5. Producto no inscripto en Código Alimentario Arg. para exportar D6. Falta normas de calidad para homogeneizar el producto D7. Individualismo entre sectores D8. Escaso asesoramiento profesional especialista D9. Falta banca orientada especializada D10. Falta normas de exportación D11. Falta sistema trazabilidad D12. Falta trabajo en marketing (difusión, promoción, publicidad) D13. Desconocimiento mercadeo D14. Escaso volumen de producción individual D15. Alto precio minorista D16. Falta programa intersector D17. Viento y plagas D18. Dificultad para devolver créditos D19. Sólo el 7% produce sobre sustrato
OPORTUNIDAD	**ESTRATEGIA OPCIONAL**	
O1 .Capacitación en producción por entes públicos O2. Subvención y créditos para la producción O3. Sitios de producción aislados de contaminación O4. Materia prima disponible O5. Uso de infraestructura de conservación O6. Producción orgánica certificable O7. Perspectivas favorables en los mercados internacionales consumidores de hongos O8. Posibilidad de certificar BCR, Europ Gap, BPA, BPM, y trazabilidad para exportar O9. Propiedades dietéticos y nutritivas. O10. Contenidos vitamínicos, fibras, sales minerales, proteínicos, buen sabor y aroma O11. Se lo puede consumir de distintas maneras O12. Oportunidad del segmento (nicho) de consumidores de medianos y altos ingresos O13. Denominación de calidad y marca colectiva O14. Tipo de cambio favorable para exportación O15. Bajo consumo de hongos	V - O: CRECER * Capacitación continua en producción, tecnología * Desarrollo Mercado Interno *Certificación de orgánicos * Desarrollo de marca regional colectiva (Denominación de Origen) *Desarrollo de organismos calificadores de calidad *Implementar protocolos de países extranjeros consumidores de hongos *Certificación de normas de exportación exigidas por países compradores	D- O: MEJORAR *Políticas de apoyo a emprendimientos *Capacitación en gestión empresarial *Normas para exportación exigidas * Incrementar acompañamiento profesional *Inscripción en el Código Alimentario Argentino * Investigación de nuevas variedades para diversificar canasta de hongos

AMENAZA	ESTRATEGIA CONDICIONAL	
A1.Desconocimiento y temor del consumidor A2. En el país se consume aprox. 100gr/persona/año de hongos en general A3. Producción en otras regiones competidoras A4. Poder de negociación de grandes cadenas en precios y pagos A5. Devolución (M) por costos de insumos A6. Continuidad en la acción del Estado A7. Falta de accesibilidad al crédito, disponibilidad en el tiempo y plazos acordes con la factibilidad de proyectos A8. No es un alimento de primera necesidad A9. Productos sustitutos (boletus en secos y champiñón en fresco y encurtidos) A10. Tendencia a la falta de troncos de álamo, competencia con madereros A11. Desconocimiento del consumo específico de Pleurotus y Shiitake por persona/año a nivel local y nacional	**Y- A: DEFENDER** * Investigar el mercado externo *Desarrollar la exportación * Investigación de mercado interno * Creación de un departamento de marketing local-nacional *Campaña de marketing-difusión del producto *Financiamiento accesible * Estimular funcionamiento de Cámaras y Cooperativas *Estudio de consumidor local, de Bs. As., y de zonas turísticas de alto poder adquisitivo * Relacionarse con otras zonas productivas del país para exportar *Diferenciación del producto *Acuerdo con otras regiones con productos complementarios para su comercialización *Incrementar el consumo de hongos	**D-A: PROBLEMAS** * Incorporar tecnología * Agrupamiento para la comercialización *Política de acción del sector a corto plazo * Desarrollar canales conservación en fresco *Apoyo institucional en la comercialización y financiamiento *Apoyo a la investigación integral *Incrementar la producción sobre sustrato para prolongar la oferta de hongos frescos *Crear pautas de calidad *Sistema de trazabilidad *Crear imagen frente a mayoristas

De este análisis surgen parámetros básicos que permiten elaborar decisiones estratégicas.

ESTRATEGIAS CONDICIONANTES

Las estrategias condicionantes son aquellas que constituyen una necesidad y que tienen que ser implementadas en un corto plazo. Marcan las pautas básicas y primarias a desarrollar y que a su vez constituyen una condición de las estrategias opcionales.

El límite entre las diferentes estrategias no es total, pero se puede partir, enfrentando los problemas y defendiendo las posibilidades que los productores tienen en relación al medio.

Propuestas para atacar los problemas (debilidades y amenazas)

1) Incorporar tecnología:
Facilitar la incorporación de técnicas, equipamiento, conocimientos, y desarrollo de capacidades que permitan brindar al mercado la calidad, cantidad y diversidad adecuada, y de manera continua.

2) Agrupamiento para la comercialización:
Concentrar y programar la oferta para obtener un mayor beneficio, y poder negociar los precios y pagos. También compartir el transporte del producto.

3) Política de acción del sector a corto plazo :
Delinear políticas del sector que orienten las decisiones a emplear por el Estado Provincial.

4) Desarrollar canales conservación en fresco
Adaptar, y utilizar las formas y los canales de conservación existentes para hortalizas y frutas.

5) Apoyo institucional en la comercialización y financiamiento
Difusión, acompañamiento y capacitación en lo referente a la comercialización (venta, canales, cobro, marketing) y financiamiento (acceso, disponibilidad, tasas, devolución, seguimiento).

6) Apoyo institucional a la investigación aplicada:
A la producción, tecnología, y comercialización, integral a cada etapa del proceso.

7) Incrementar la producción sobre sustrato:
Para garantizar la continuidad y prolongar la oferta del hongo fresco en la región. Esto haría que pudieran aparecer en las cartas de los restaurantes y que el consumidor los viera en las góndolas frescos con mayor frecuencia, por ejemplo.

8) Crear pautas de calidad:
Crear grados y categorías que permitan clasificar, estandarizar y homogeneizar el producto para su comercialización.

cosia Ok 12/22/04 9:17 PM Page 16

8) Sistema de trazabilidad.
Un sistema de trazabilidad hace al aseguramiento de la calidad del alimento y permite detectar las causas de los problemas para corregirlos. Es aconsejable aún en caso de no ser exigida por los mercados.

10) Crear imagen de producto frente al mayorista:
Formar una imagen atractiva a los mayoristas (calidad, continuidad, cantidad) ayuda a mejorar su preferencia frente a los sustitutos.

Propuestas para defender lo existente (ventajas y amenazas)

1) Investigación de mercado externo:
Estimular una investigación de mercado externo, identificar los canales más accesibles para el mercadeo. Investigar las exigencias y protocolos para exportar a los distintos países. Búsqueda de mercados alternativos con la participación activa de las embajadas.

2) Desarrollar la exportación:
En función de los países que más consumen las variedades producidas en la zona.

3) Investigación de mercado interno:
Estimular una investigación de mercado interno para identificar los canales más accesibles para el mercadeo.

4) Creación de un departamento de marketing local-nacional:
Crear un departamento que organice la comercialización y marque pautas claras para la optimización de recursos y desarrollo de caminos alternativos, y que realice la difusión del producto.

5) Campaña de marketing, promoción y difusión del producto:
Realizar campañas para hacer que el consumidor conozca el producto y sus propiedades, la forma de consumirlo y de producción. Que se muestren las ventajas de consumir hongos Pleurotus versus suplementarios y otros alimentos. Que posicione el producto.

6) Financiamiento accesible:
Mejorar la disponibilidad de créditos asistidos y orientados, con tasas accesibles.

7) Estimular funcionamiento de cámaras y cooperativas
Fomentar el funcionamiento de empresas asociativas para sumar esfuerzos en la producción, elaboración, envasado y comercialización del producto.

8) Estudio de consumidor local, Bs. As. y zonas turísticas de alto poder adquisitivo:
Realizar una investigación de mercado para conocer los gustos de los consumidores y sus motivos de compra. Es conocido el consumo de hongos per cápita en general, pero no el específico de Pleurotus y Shiitake.

9) Relacionarse con otras zonas productivas del país para exportar
Establecer convenios con otras zonas para asegurarse la cantidad y continuidad de productos de igual calidad con el objetivo de exportar el producto.

10) Diferenciación del producto:
El hongo Pleurotus de la Patagonia producido sobre troncos puede diferenciarse por ser producido en un lugar con baja contaminación, de manera más natural, en climas más fríos, de manera artesanal, y que resulta en un producto que se diferencia claramente del producido sobre sustrato. Esto es una ventaja a destacar desde el trabajo de marketing.

11) Realizar acuerdos con otras regiones:
Con productos complementarios y/o suplementarios para su comercialización.

12) Incrementar el consumo de hongos
Comparado con otros países el consumo local es bajo, por lo que el punto anterior es clave para delinear las acciones a seguir para incrementar el consumo.

ESTRATEGIAS OPCIONALES

Propuestas para mejorar (debilidades y oportunidades)

1) Políticas de apoyo a la gestión del emprendimiento.

2) Capacitación en gestión empresarial.

3) Adoptar normas y protocolos exigidos para la exportación.

4) Incrementar acompañamiento profesional en la producción, adaptación de nuevas tecnologías, comercialización y financiamiento.

5) Seguir avanzando en la inscripción en el Código Alimentario Argentino.

6) Investigar de nuevas variedades para diversificar canasta de oferta de hongos.

osia Ok 12/22/04 9:17 PM Page 17

Propuestas para crecer (ventajas y oportunidades)

1) Capacitación continua:
En producción, tecnología, comercialización y financiamiento.

2) Desarrollo Mercado Interno.

3) Certificación de orgánicos:
Es una estrategia más para la diferenciación del producto y es más fácilmente aplicable en el cultivo sobre troncos.

4) El desarrollo de marca regional colectiva (Denominación de Origen, Natural, Producto Patagónico, etc) es otra estrategia de diferenciación y no va en detrimento de la marca del emprendedor.

5) Apoyo del gobierno para el desarrollo del sector:
Mediante la creación de Organismos calificadores de calidad (DO, DOC, etc).

5) Implementar protocolos exigidos por los países exportadores:
(BRC, BPA, BPM, Eurep Gap, trazabilidad). Algunos países exigen sólo su implementación y no la certificación.

6) Certificación de normas de exportación:
Exigidos por países compradores.

PROPUESTAS

Para ensayar algunas alternativas de propuestas debería definirse una estrategia a corto plazo y una a largo plazo más general, que abarcara aspectos tales como marca colectiva y certificaciones.

a) Financiamiento

Para que el proyecto tenga visión de futuro y continuidad es fundamental contar con fuentes de financiamiento. En este sentido debe enfocarse la búsqueda de recursos a través de bancos privados internacionales, fundaciones o instituciones sin fines de lucro que se enfoquen al mejoramiento de la calidad de vida, así como organismos nacionales y provinciales.

b) Información

Marketing: Investigar, conocer y actuar. Sólo si se conoce se puede actuar para implementar estrategias productivas y comerciales. Quien produce debe conocer los problemas de quien transforma, acopia, distribuye y vende. También debe conocer cuáles son los gustos del consumidor para poder satisfacerlos acertadamente.

Realizar un plan estratégico de marketing: tácticas de posicionamiento, segmentación y targeting del producto.

Debe difundirse el producto por todos sus atributos mediante campañas de marketing a nivel local, nacional e internacional. Participar de ferias, hacer degustaciones del producto, enseñar a cocinarlo, hacer conocer el producto.

c) Recurso técnico

Fortalecer aun más el recurso técnico con una unidad de extensión abierta, que realice investigaciones y demostraciones de cultivo, tecnología, variedades, que sea accesible a productores, pobladores en general. Que asesore a más técnicos que puedan a su vez asesorar y acompañar a los productores.

d) Recurso de capacitación

Capacitar a los productores en la comercialización de sus productos.
Capacitación a técnicos a través de expertos nacionales e internacionales en áreas de producción y comercialización que sean de interés del proyecto. Fortalecer temas tales como análisis de rentabilidad, investigación de mercados, denominaciones de calidad, entre otras. Realizar visitas técnicas a otras localidades que muestren avances en el desarrollo de los temas en estudio.

e) Distribución y consumo

Una parte de la producción, debido a la estructura familiar de la explotación, debe ser destinada al autoconsumo.

Ventas al por menor en puestos en rutas, orientadas al turista de paso. Por esta razón es importante que el turista conozca y distinga el producto de la zona patagónica con sus diferencias.

Fomentar el crecimiento de la cámara y cooperativas como centrales de acopio y distribución de la producción local, para que en estos establecimientos se realice la manipulación, acondicionamiento, empaque, secado y elaboración de encurtidos. Sería muy conveniente que estos centros contaran con cámaras de frío. Estos centros además se complementarían con un transporte de distintas características según el grado de actividad.

Ventas a supermercados regionales con la distinción del

pela OK 12/22/04 9:17 PM Page 18

lugar (denominación de calidad, una marca común), enfatizando características propias de la zona que la diferencian de otras regiones (producto patagónico, de troncos, de zonas frías, ecológico, natural, etc).

f) Alianzas

f1. A nivel regional:

Fomentar el asociacionismo para buscar más presencia y permanencia en los mercados, defender más los precios y condiciones de pago. Que puedan concentrar y manejar la oferta del producto. Que puedan encargar la comercialización a un especialista.

Acercar a todos los participantes de los canales de comercialización: productor, acopiador, distribuidor, mayorista, minorista y consumidor.

f2. A nivel nacional:

Favorecer proyectos comunes entre asociaciones que tengan entrevillos productos complementarios, de tal manera que se generen alianzas en la comercialización, y puedan ofrecer una "canasta" diversificada de productos en distintas regiones.

g) Dimensión de las explotaciones

Las explotaciones chicas y medianas, por lo general familiares, deben procurar trabajar para obtener la misma calidad de producto para agruparse en la comercialización. Aprovechar la infraestructura de la cámara y las cooperativas para manipular, procesar y embalar los hongos.

Las explotaciones grandes, algunas integradas verticalmente y otras que usan las instalaciones de la cámara, pueden absorber para comercializar con su marca el producto de las explotaciones chicas (con parámetros de calidad establecidos).

h) Tipos de cultivos

h1. Cultivo sobre troncos:

Es un cultivo extensivo, que produce por temporadas, y que debe trabajar para diferenciar el producto por los atributos de calidad.

Algunos productores de troncos desean convertirse a la producción de sustrato, por lo que el financiamiento debería ser acompañado continuamente por un grupo interdisciplinario de asesores técnicos para no fracasar en el "salto tecnológico", ya que la inversión es grande. El financiamiento debería ser accesible en el ingreso, tasas de financiación y devolución.

h2. Cultivo sobre sustrato:

Es un cultivo intensivo, que puede producir todo el año, por lo que debe poder ofertar continuamente el producto en fresco al mercado. Este producto debe posicionarse con permanencia en las góndolas y en el sector gastronómico.

Ambas formas de cultivo pueden ser complementarias y convivir en una misma explotación.

i) Marca colectiva regional

Convertir el producto en un producto de calidad diferenciada por pertenecer a una región con características climatológicas de Patagonia, sin contaminación, elaborado en empresas familiares, de manera artesanal. Investigar qué tipo de denominación es más acorde, si una denominación de calidad o de origen.

RECOMENDACIONES

Se sugiere efectuar los siguientes estudios a futuro:

a) Estudio del mercado interno:

- Hacer un análisis del consumidor para ver la forma de aumentar el consumo de hongos Pleurotus y Shiitake.

- Hacer una experiencia piloto de marketing en la región, en zonas turísticas como por ejemplo la cordillera y en ciudades de gran concentración urbana.

- Los productores a través de la cámara y cooperativas podrían aportar un volumen mínimo de hongos para el desarrollo de la experiencia.

b) Estudio del mercado externo:

- Investigar las exigencias de los consumidores de otros países, las exigencias de los compradores, y protocolos exigidos para exportar.

- Desarrollar un Departamento de Investigación en el tema.

- Realizar marketing estratégico para las operaciones internacionales, selección de mercados target y definición de políticas (management).

ocola Ok 12/22/04 9:17 PM Page 22

Cámara de Productores
Hongos de la Patagonia

NEUQUEN

CONSEJO
FEDERAL
DE INVERSIONES

PROVINCIA DEL
NEUQUEN

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES - AVDA. MARTIN GARCIA 877 - C1000AAAO - CAPITAL FEDERAL - ARGENTINA
TE/FAX: (54 11) 4317 0990 - Fax: (54 11) 4315 1238 - www.cfired.org.ar

EVENTO	Turismo
DISEÑO	Folleto

*The **Federal Investment Council** is an institution created by the Argentine provinces to promote regional development. Through its history the CFI has actively collaborated with the provincial states. It has participated in most investment initiatives on infrastructure and in actions to further production throughout the national territory. It has thus shown a recognized leadership in matters of regional development and the strengthening of the Argentine federal system.*

In this sense, the Tourist sector has had special attention due to its impact on the regional economies as an activity generating employment and genuine resources. The CFI's action is based on visualizing the potentiality of the sector and strengthening inbound tourism. It has been working for some years now providing technical assistance to the provinces to improve the competitiveness of the country's main tourist destinations.

Activities comprise the building of a network, made up of all the actors involved in the sector - national, provincial, and municipal government officials; business persons; academics, and other community sectors; monitoring of the most relevant tourist products abroad; financial assistance to foster investment through credit; diffusion, marketing and training events, and a specific work proposal to promote new destinations to expand the present tourist supply of the country.

The success of these actions depends on the collaboration among public and private institutions devoted to the development of the sector. Therefore, a permanent connection with the National Government through the Secretariat for Tourism, and the business chambers, such as the Argentine Business Federation of Hotel and Gastronomy Industry (FEHGRA).



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

SAN MARTIN 871 - C1004AAG - CAPITAL FEDERAL - ARGENTINA
TE. - 54 - 11 - 4317-5700 - Fax: 54-11 - 4311-2548

www.cfired.org.ar

A R G E N T I N A



PROGRAMA de TURISMO I *TOURISM PROGRAM*

CFI

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Projecti 12/23/04 12:00 PM Page 2

El Consejo Federal de Inversiones es un organismo creado por las provincias argentinas con el objeto de promover el desarrollo regional. A lo largo de su existencia ha colaborado activamente con los estados provinciales y ha tenido participación en la mayor parte de las iniciativas de inversión en infraestructura y en las acciones de promoción de la producción en todo el territorio nacional. Esta tarea le ha permitido exhibir un reconocido liderazgo en materia de desarrollo regional y en el fortalecimiento del sistema federal argentino.

En este contexto, el Sector turismo ha tenido un tratamiento especial dado su alto impacto en las economías regionales como actividad motora de empleo y generadora de recursos genuinos. El accionar del CFI se basa en visualizar la potencialidad del sector y en el fortalecimiento del turismo receptivo. Así, hace ya varios años, el organismo desarrolla una tarea continua de asistencia técnica a las provincias para optimizar la competitividad de los principales destinos turísticos del país.

Las actividades contemplan la conformación de una red, integrada por todos los actores involucrados en el sector -funcionarios gubernamentales del nivel nacional, provincial y municipal, empresarios, académicos y otros sectores de la comunidad; la comercialización de los productos turísticos más relevantes en el exterior; la asistencia financiera para promover las inversiones mediante el crédito; la realización de eventos de difusión, comercialización y capacitación, y una propuesta de trabajo específica para la promoción de nuevos destinos a fin de ampliar la oferta turística actual del país.

Teniendo en cuenta que el éxito de las acciones depende del trabajo colaborativo entre las instituciones públicas y privadas abocadas al desarrollo del sector, se promueve la articulación permanente con el Gobierno nacional, a través de la Secretaría de Turismo de la Nación, y con las cámaras empresariales del sector, como la Federación Empresaria Hotelero Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA).



CAPACITACIÓN

El CFI desarrolla un intenso programa de actividades de capacitación permanente, integral y progresivo dirigido a los distintos niveles representativos del sector. Contempla cursos destinados a los pequeños y medianos empresarios y a los trabajadores del sector con los objetivos de mejorar la calidad de la prestación de servicios, brindar herramientas para la superación en la gestión de las empresas, optimizar costos, y generar liderazgos. Las actividades contemplan también concientizar a la comunidad, en general, para lograr una mejor recepción de los turistas en cada uno de los destinos de las regiones argentinas.

TRAINING

The CFI carries out an intensive training program, permanent, integral and progressive, aimed at different representative levels of the sector. It includes courses for small and medium business persons and workers of the sector, in order to improve the quality of the services rendered; to provide business management tools; to optimize costs, and create leaderships. Activities also include creation of community awareness to improve tourist reception in destinations located in the Argentine regions.

PROMOCIÓN

Participación en ferias nacionales e internacionales, a fin de promover la presentación conjunta del sector público y el privado de las regiones argentinas, organización de workshops para la comercialización de los diferentes productos, realización de viajes de familiarización destinados a medios de prensa y a operadores turísticos, tanto en el nivel nacional como en el internacional, entre otras actividades y otros eventos de promoción que se organizan conjuntamente con las provincias argentinas.

PROMOTION

Participation in domestic and international fairs, to promote a joint presentation of the public and private sectors of the Argentine regions; organization of workshops on product marketing; press trips and fam trips for tourist operators, domestic and international, as well as other promotion events organized together with the Argentine provinces.

DESARROLLO DE NUEVOS DESTINOS

Identificación e implementación de los proyectos necesarios para mejorar la infraestructura y los servicios, la puesta en valor de los destinos turísticos, la organización de los circuitos, la señalización y la conectividad, tanto desde el punto de vista físico -accesos y transporte- como desde el comunicacional - telefonía, Internet.

DEVELOPMENT OF NEW DESTINATIONS

Identification and implementation of the projects required to improve infrastructure and services; putting in value tourist destinations; organization of circuits, sign posting and connectivity, both from the physical point of view -accesses and transportation- and the communicational -telephone, Internet.

Asistencia técnica para la formulación y evaluación de proyectos y líneas de crédito para la inversión en el sector turístico privado.

Diseño e implementación de instrumentos financieros para canalizar recursos de inversión en turismo.

Adaptación de normativas y legislación para la mejora de la competitividad de los destinos turísticos de las regiones argentinas.

Búsqueda de nuevos mercados y diversificación de la oferta, como oportunidad para el desarrollo local, la generación de empleo y el arraigo de las poblaciones en sus respectivas regiones.

Technical assistance on project preparation and evaluation, and credit lines for investment in the private tourist sector.

Design and implementation of financial instruments to allocate investment resources to tourism.

Adaptation of regulations and legislation to improve competitiveness of the tourist destinations of the Argentine regions.

Search for new markets and supply diversification as an opportunity for local development, job creation and taking roots of the populations in their respective regions.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Las acciones se formulan sobre la base de un proceso de planificación estratégica que permita encauzar y articular esfuerzos de los diversos referentes del sector para avanzar en la construcción de las condiciones de competitividad necesarias para lograr sus máximos beneficios.

Conjuntamente con la Secretaría de Turismo de la Nación, se avanza en la construcción del Plan Federal de Turismo Sustentable y con cada una de las provincias, en planes específicos a partir de sus propias potencialidades locales y desde la identidad cultural de cada uno de los pequeños destinos turísticos con que cuenta la Argentina.

Los procesos de planificación estratégica contemplan etapas de diagnóstico, identificación y formulación de proyectos consensuados en diferentes niveles y diferentes instancias de organización social que, basados en una amplia capacidad de convocatoria y voluntad de cooperación, permiten consensuar estos procesos de participación y acuerdo.

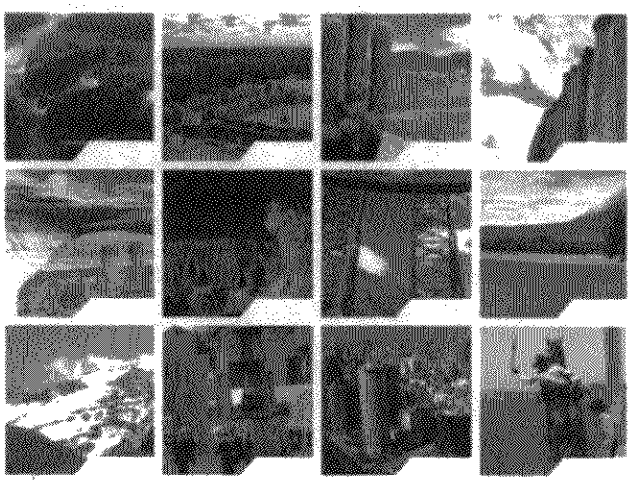
STRATEGIC PLANNING

These actions are planned as part of a strategic planning to direct and articulate the efforts of different sector referents, in order to acquire the required competitiveness to obtain the maximum benefits.

Together with the Secretariat for Tourism of the Nation the Federal Plan for Sustainable Tourism is under construction. While specific plans are developed with the provinces, based on their own potentialities and the cultural identity of each one of the small tourist destinations Argentina has.

The process of strategic planning comprises the diagnosis, identification and drawing up stages of consensus projects, at different levels of social organization. Based on a wide linking capacity and will of cooperation, these self-sustained processes of participation and agreement are made possible.

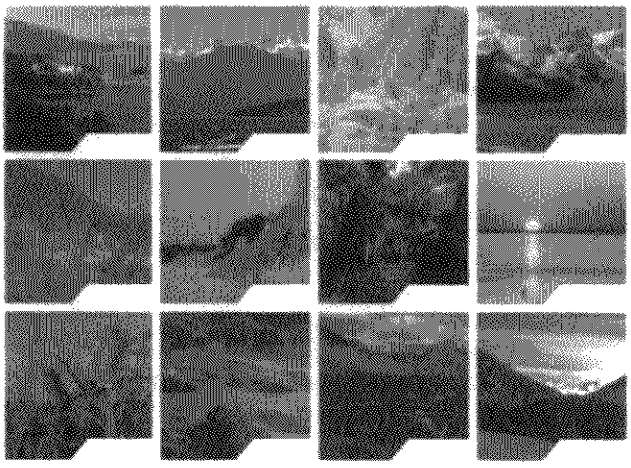
Argentina



CFI

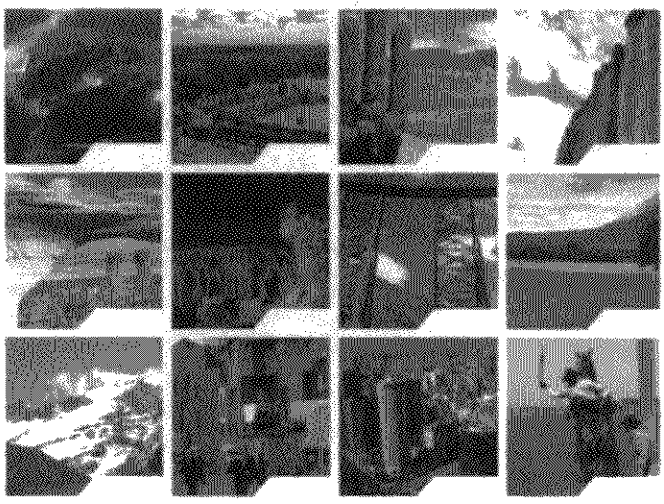
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROGRAMA DE TURISMO
TOURISM PROGRAM



EVENTO	Programa Turismo
DISEÑO	Afiche 80x200

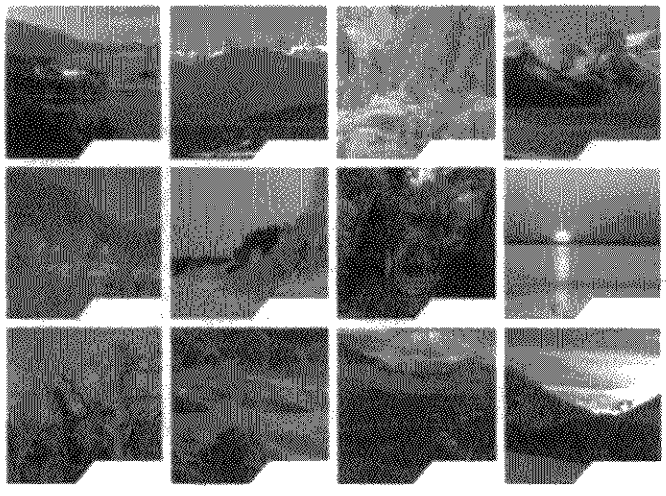
Argentina



CFI

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROGRAMA DE TURISMO
TOURISM PROGRAM

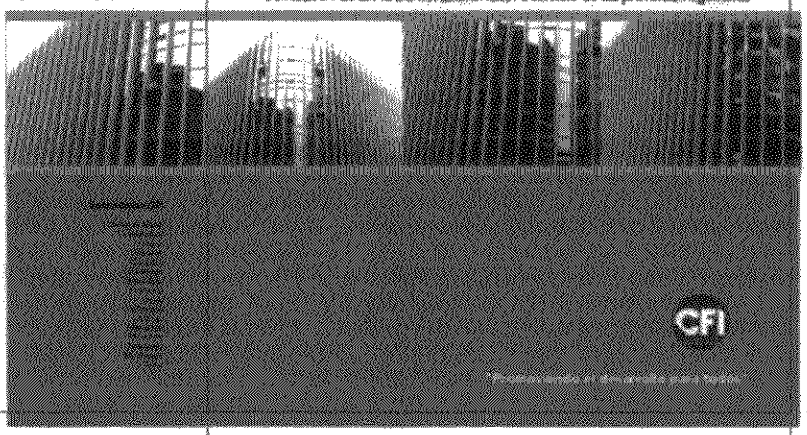


EVENTO	Programa Turismo
DISEÑO	Afiche 20x30

CENTROS DE ACCESO CRI

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
San Martín 871 / C1004AAQ
Buenos Aires / Argentina
4317 0700
http://www.cfired.org.ar

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES, Al servicio de las provincias Argentinas



Provincias Argentinas

CFI. CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

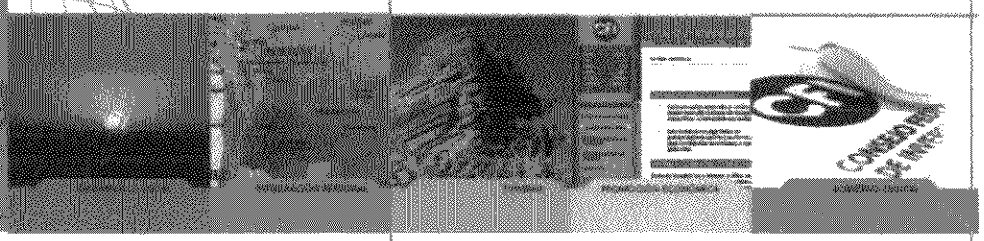
UN ORGANISMO DE LAS PROVINCIAS ARGENTINAS PARA EL CRECIMIENTO EQUILIBRADO DE LAS ECONOMÍAS REGIONALES Y LA INTEGRACIÓN DE SU ENTE

El CFI promueve planes estratégicos entre el sector público y el privado mediante la coordinación de una trama de redes de cooperación vinculadas, orientadas a potenciar los recursos humanos y económicos de todas las regiones del país.

El proceso de globalización mundial y el surgimiento de las nuevas tecnologías de comunicación e información, exigen nuevos roles al Estado en su articulación con las empresas y la comunidad. En ese sentido, desde mediados de los noventa, el CFI organiza el trabajo en forma multisectorial y en red, complementando las potencialidades y ventajas comparativas de cada provincia con una estrategia de desarrollo federal. Su objetivo es establecer el vínculo con los distintos gobiernos y de la sociedad involucrados en el desarrollo.

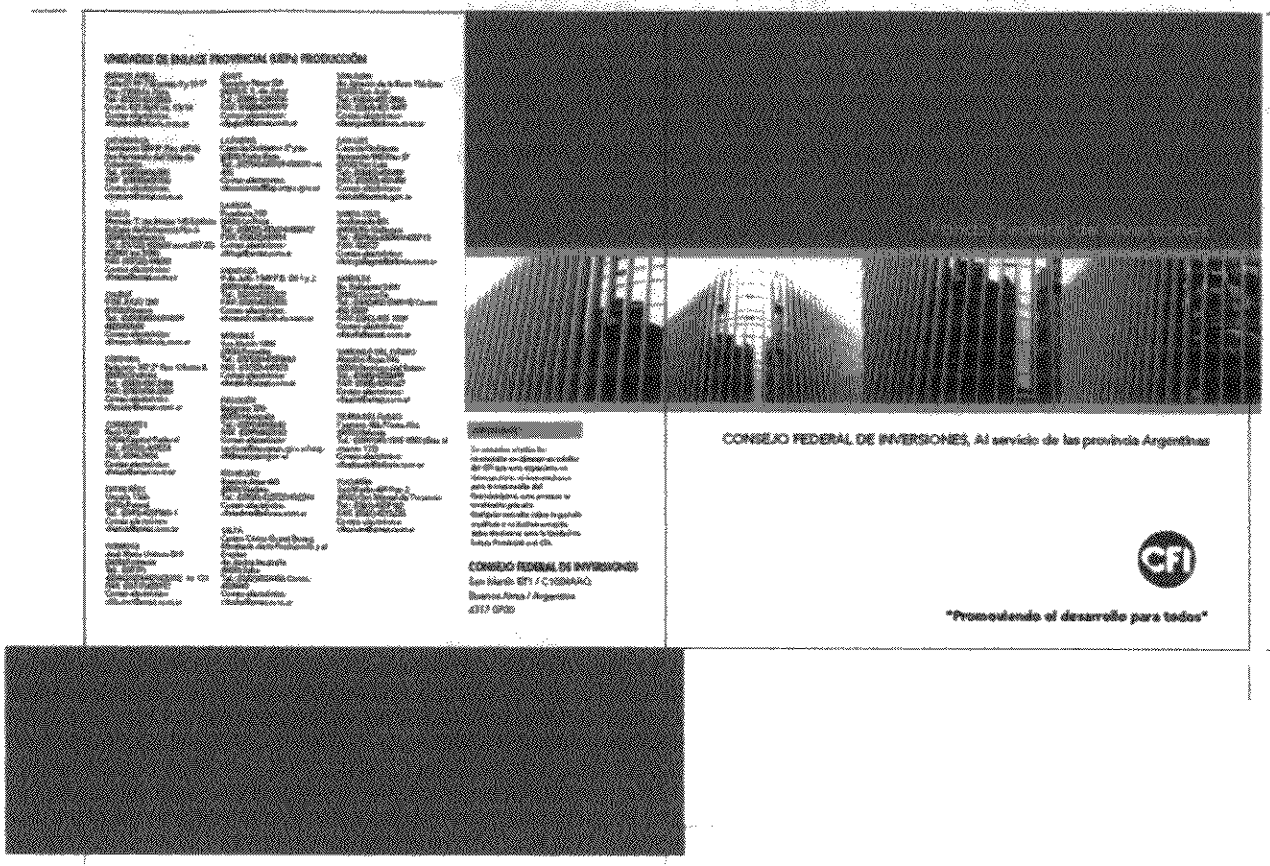
Su relación estratégica con los gobiernos provinciales, la constante atención a través de las múltiples herramientas técnicas que tiene a mano en las más diversas regiones y su flexibilidad para abordar distintas problemáticas territoriales, le dan al CFI una inmejorable posición para constituirse en un nexo ideal tanto en la implementación de redes de colaboración y complementación entre los sectores públicos y privados comprometidos en la gestión de los recursos, como en la implementación de los mismos concretos. En este sentido, se propone, en alianza con otros planes y programas vinculados internacionales, la formulación de políticas y el diseño de nuevos instrumentos de trabajo.

Entre sus diversas líneas de actividad para el cumplimiento de sus objetivos,



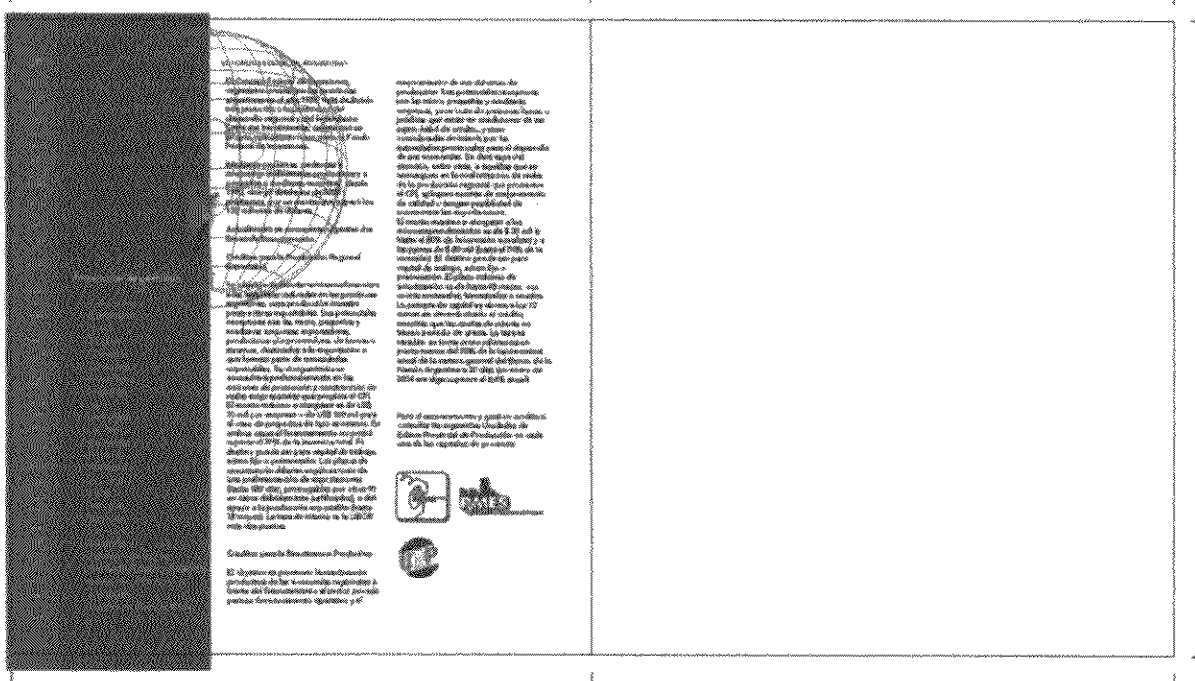
PROMOVIENDO EL DESARROLLO PARA TODOS

EVENTO	Folleteria Institucional
DISEÑO	PROPUESTA N°1
	CFI



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES, Al servicio de las provincia Argentinas

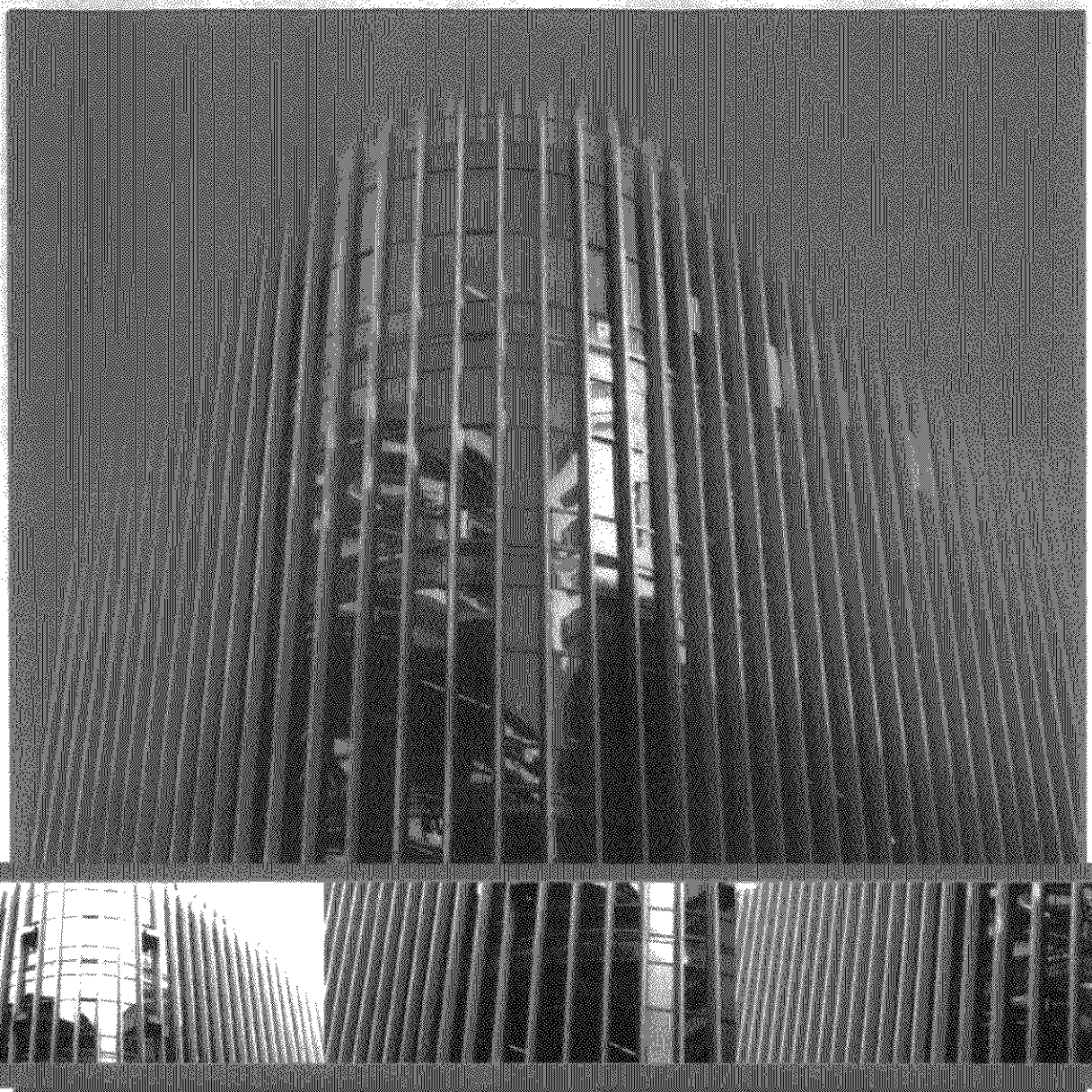
"Promoviendo el desarrollo para todos"



EVENTO	Folleteria Institucional
DISEÑO	PROPUESTA N°1
	FONDO FEDERAL INV.

EVENTO	Proyecto Institucional
DISEÑO	Catalogo

T 5 12/23/04 11:16 AM Page 1



DESARROLLO PARA TODOS

CFI

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PI 5 12/23/04 11:16 AM Page 2

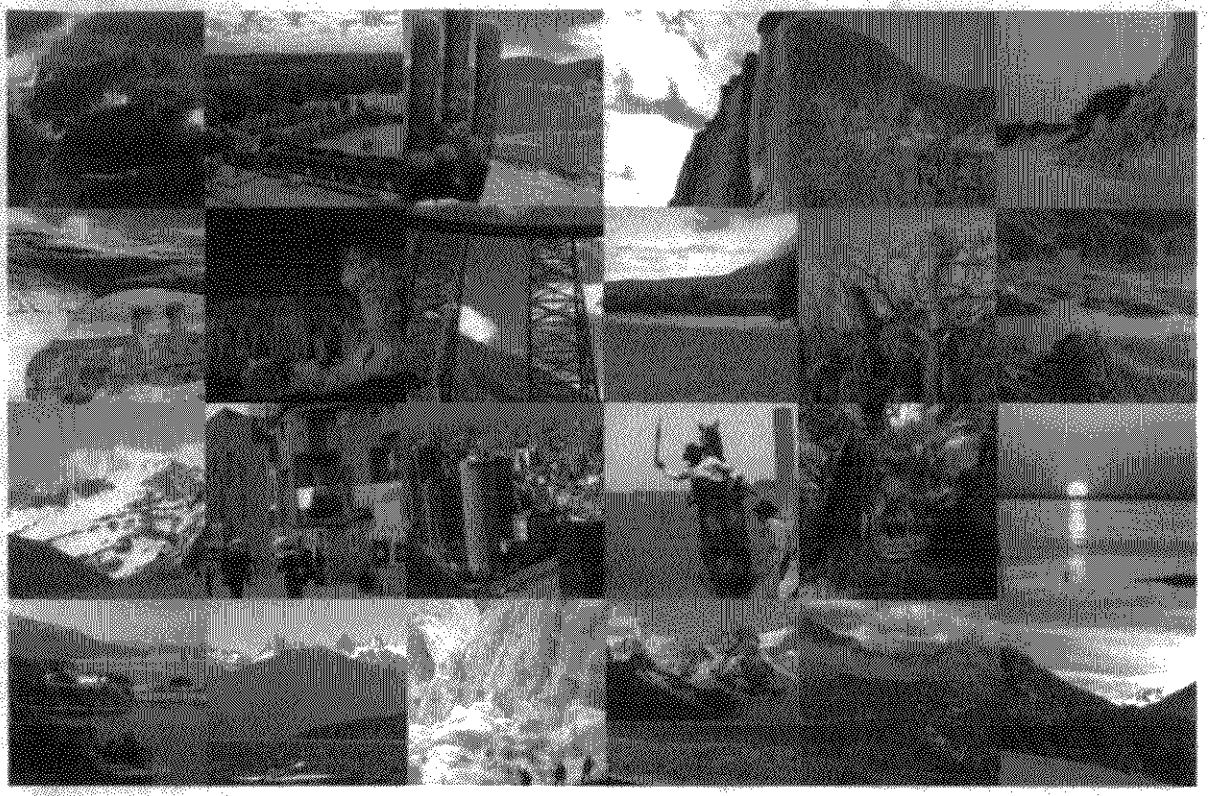
El Consejo Federal de Inversiones fue creado por estas jurisdicciones en 1959, como organismo permanente de investigación, coordinación y asesoramiento, con la finalidad de favorecer la cooperación entre las provincias y con el Gobierno nacional, para el desarrollo armónico e integral de las regiones argentinas.

El Consejo Federal de Inversiones fue creado por estas jurisdicciones en 1959, como organismo permanente de investigación, coordinación y asesoramiento, con la finalidad de favorecer la cooperación entre las provincias y con el Gobierno nacional, para el desarrollo armónico e integral de las regiones argentinas.

La República Argentina es un estado federal constituido por 23 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

La República Argentina es un estado federal constituido por 23 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA
Dr. Manuel
Belgrano



El CFI está compuesto por la Asamblea, la Junta Permanente y la Secretaría General.

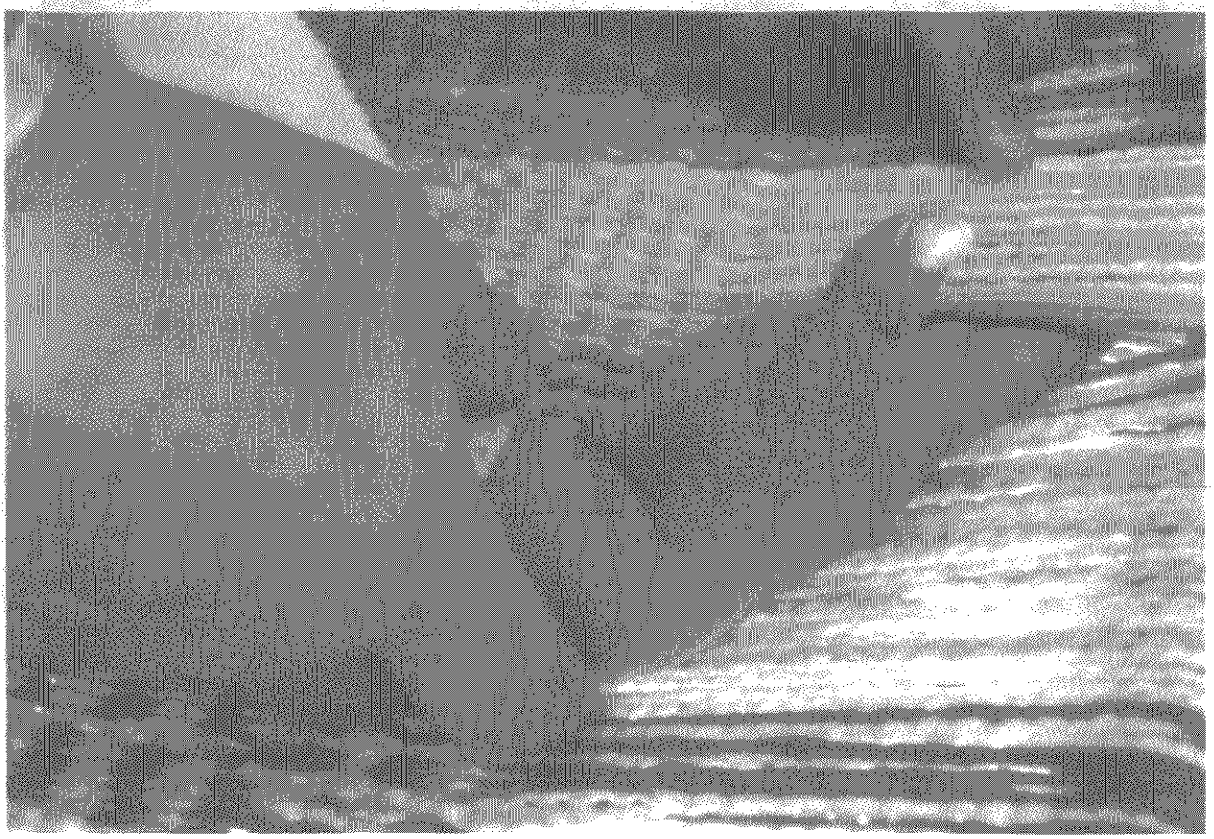
La conducción del Organismo la ejerce la Asamblea, constituida por los Gobernadores de las veinticuatro provincias y el Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La Asamblea ejecuta su mandato a través de una Junta Permanente integrada por ocho miembros rotativos que representan, cada uno, a tres provincias, de acuerdo a la combinación establecida al efecto.

A la Secretaría General le compete la acción técnica y administrativa del Consejo.

El CFI está compuesto por la Asamblea, la Junta Permanente y la Secretaría General.

FI 5 12/23/04 11:16 AM Page 4

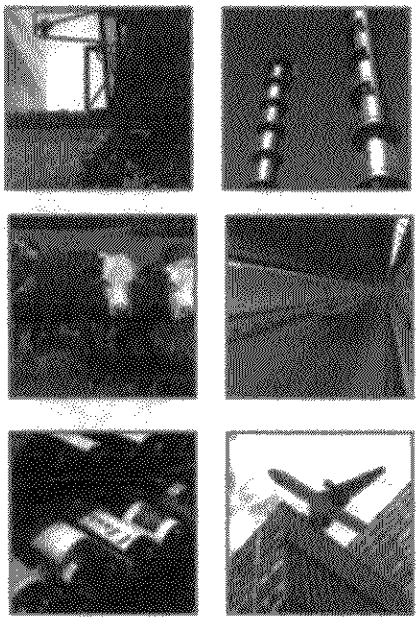


EL ACCIONAR DEL CFI

Los dos ejes en los que el CFI sustenta su accionar desde su constitución son, federalismo y desarrollo regional, articulando las demandas de los sectores público y privado.

Para asegurar el eficaz cumplimiento de su misión, el CFI ha adaptado permanentemente su estrategia y sus planes de trabajo a las diferentes circunstancias históricas por las que ha atravesado el país.

Así, en el contexto actual y para el cumplimiento de sus objetivos, configura tres ámbitos de intervención que se articulan y complementan entre sí: El de la gestión provincial, el de la comunidad y el ámbito de las empresas.



VI 5 12/23/04 11:16 AM Page 5

El ámbito de la gestión provincial

La cooperación entre el Organismo y los gobiernos provinciales, ha sido desde su inicio la base constitutiva del CFI.

Asistencia técnica y financiera a programas y proyectos públicos; promoción de sectores productivos y de servicios; capacitación y facilitación en el acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs), son algunas de las acciones específicas dentro de este ámbito.

Acá podría citarse obras representativas del CFI de la vieja época y los programas actuales de Turismo y Gobierno Digital por ej

En el ámbito de la comunidad

Con la publicación de su sitio Institucional en 1999, el CFI pone a disposición de la ciudadanía una herramienta de vinculación con el organismo.

En el www.cfired.org.ar el usuario podrá encontrar la información producida por todas las unidades del Consejo y la presentación de los actores público o privados que constituyan las redes sociales inducidas por el CFI. Allí podrá participar de Foros, acceder a documentos y/o escribir en los weblogs, entre otros.

Entre el 2000 y el 2001, el Consejo puso en marcha los Centros de Acceso CFI, en las capitales provinciales, con la instalación de la primera red de videoconferencia de la Argentina.

En este espacio, se realizó una intensa actividad de promoción y capacitación en las nuevas tecnologías de información y comunicación; como correo electrónico, Internet y en la red de videoconferencias.

Estas iniciativas han permitido construir un tramado de relaciones y la adquisición de experiencias que pueden ampliarse y sistematizarse en un marco de acción con nuevos contenidos para la comunidad.

Premios a jóvenes talentos artísticos en disciplinas como letras, música, artes escénicas y visuales, es otra de las formas que tiene el CFI de acercarse a la gente de todas las provincias.

En el ámbito de la micro, pequeña y mediana empresa

Algo que ha caracterizado y distinguido al CFI en esta última década, es su sostenida asistencia técnica y financiera a las microempresas y a las Pymes.

En la actualidad, otorga créditos para la exportación y la reactivación productiva; organiza misiones técnico comerciales al exterior; participación en ferias nacionales e internacionales; ronda de negocios; capacitación; promoción de sectores productivos y de servicios, entre otros.

Asimismo, el capítulo Negocios del sitio www.cfired.org.ar, otorga a los empresarios argentinos, la oportunidad de acceder:
* al conocimiento de otras empresas,
* a información general y particular sobre sectores y productos argentinos,
* a herramientas tecnológicas para asociarse en busca de mejorar su competitividad,
* y al conocimiento y exploración de los mercados externos.

También la posibilidad de registrarse on line y en forma gratuita, en el directorio de empresas argentinas para promocionar su empresa y sus productos.

Las empresas extranjeras que visiten nuestro sitio pueden acceder:
* a información para una futura inversión en nuestro país,
* a la identificación de potenciales socios, distribuidores, proveedores, etc.,
* y a información económica y empresarial argentina nacional y provincial.

EL ACCIONAR DEL CFI

Los dos ejes en los que el CFI sustenta su accionar desde su constitución son, federalismo y desarrollo regional, articulando las demandas de los sectores público y privado.
Para asegurar el eficaz cumplimiento de su misión, el CFI ha adaptado permanentemente su estrategia y sus planes de trabajo a las diferentes circunstancias históricas por las que ha atravesado el país.
Así, en el contexto actual y para el cumplimiento de sus objetivos, configura tres ámbitos de intervención que se articulan y complementan entre sí: El de la gestión provincial, el de la comunidad y el ámbito de las empresas.

El ámbito de la gestión provincial

La cooperación entre el Organismo y los gobiernos provinciales, ha sido desde su inicio la base constitutiva del CFI.

Asistencia técnica y financiera a programas y proyectos públicos; promoción de sectores productivos y de servicios; capacitación y facilitación en el acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs), son algunas de las acciones específicas dentro de este ámbito.

Acá podría citarse obras representativas del CFI de la vieja época y los programas actuales de Turismo y Gobierno Digital por ej

En el ámbito de la comunidad

Con la publicación de su sitio institucional en 1999, el CFI puso a disposición de la ciudadanía una herramienta de vinculación con el organismo.

En el www.cfired.org.ar el visitante podrá encontrar la información producida por todas las unidades del Consejo y la presentación de los actores públicos o privados que constituyan las redes sociales incluidas por el CFI. Allí podrá participar de Foros, acceder a documentos y/o escribir en los weblogs, entre otros.

Entre el 2000 y el 2001, el Consejo puso en marcha los Centros de Acceso CFI, en las capitales provinciales, con la instalación de la primera red de videoconferencia de la Argentina.

En este espacio, se realizó una intensa actividad de promoción y capacitación en las nuevas tecnologías de información y comunicación; como correo electrónico, Internet y en la red de videoconferencias.

Estas iniciativas han permitido construir un trainado de relaciones y la adquisición de experiencias que pueden ampliarse y sistematizarse en un marco de acción con nuevos contenidos para la comunidad.

Premios a jóvenes talentos artísticos en disciplinas como letras, música, artes escénicas y visuales, es otra de las formas que tiene el CFI de acercarse a la gente de todas las provincias.

En el ámbito de la micro, pequeña y mediana empresa

Algo que ha caracterizado y distinguido al CFI en esta última década, es su sostenida asistencia técnica y financiera a las microempresas y a las Pymes.

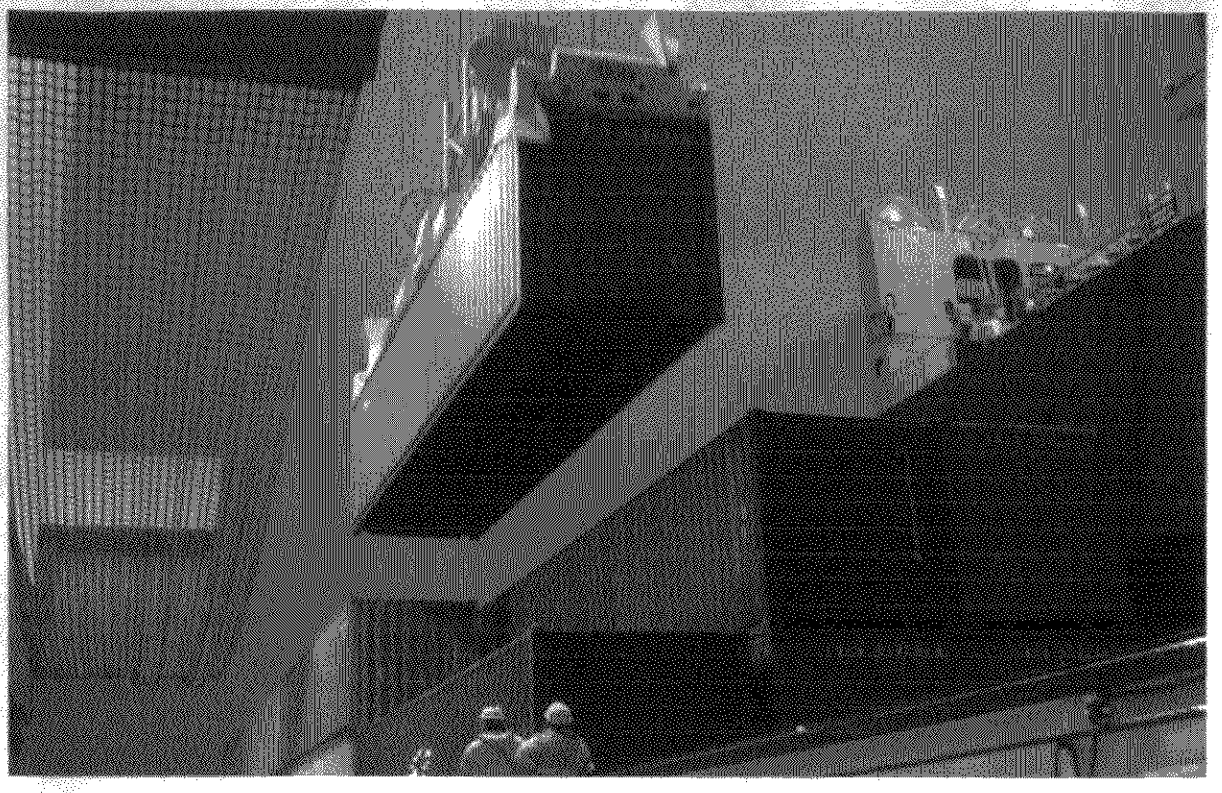
En la actualidad, otorga créditos para la exportación y la reactivación productiva; organiza misiones técnico comerciales al exterior; participación en ferias nacionales e internacionales; ronda de negocios; capacitación; promoción de sectores productivos y de servicios, entre otros.

Asimismo, el capítulo Negocios del sitio www.cfired.org.ar, otorga a los empresarios argentinos, la oportunidad de acceder:
* al conocimiento de otras empresas,
* a información general y particular sobre sectores y productos argentinos,
* a herramientas tecnológicas para asociarse en busca de mejorar su competitividad,
* y al conocimiento y exploración de los mercados externos.

También la posibilidad de registrarse on line y en forma gratuita, en el directorio de empresas argentinas para promocionar su empresa y sus productos.

Las empresas extranjeras que visiten nuestro sitio pueden acceder:
* a información para una futura inversión en nuestro país,
* a la identificación de potenciales socios, distribuidores, proveedores, etc.,
* y a información económica y empresarial argentina nacional y provincial.

FI 5 12/23/04 11:16 AM Page 7



El CFI como fuente de financiamiento

El Fondo Federal de Inversiones (FFI), instrumento financiero del Consejo Federal de Inversiones, está destinado a cooperar -mediante el crédito- con el sector privado en la implementación de proyectos o programas específicos en los niveles de preinversión e inversión

Dentro de sus líneas crediticias ha llevado a cabo el financiamiento a microemprendimientos productivos, y a pequeñas y medianas empresas (Pymes), y otorgó, desde 1990, alrededor de 5000 préstamos por un monto que superó los 150 millones de dólares.

Actualmente se encuentran vigentes una línea de Créditos para la Producción Regional Exportable y otra de Créditos para la Reactivación Productiva Para más información puede consultar nuestro sitio www.cfired.org.ar, capítulo Financiamiento.

El CFI como fuente de financiamiento

El Fondo Federal de Inversiones (FFI), instrumento financiero del Consejo Federal de Inversiones, está destinado a cooperar -mediante el crédito- con el sector privado en la implementación de proyectos o programas específicos en los niveles de preinversión e inversión

Dentro de sus líneas crediticias ha llevado a cabo el financiamiento a microemprendimientos productivos, y a pequeñas y medianas empresas (Pymes), y otorgó, desde 1990, alrededor de 5000 préstamos por un monto que superó los 150 millones de dólares.

Actualmente se encuentran vigentes una línea de Créditos para la Producción Regional Exportable y otra de Créditos para la Reactivación Productiva Para más información puede consultar nuestro sitio www.cfired.org.ar, capítulo Financiamiento.

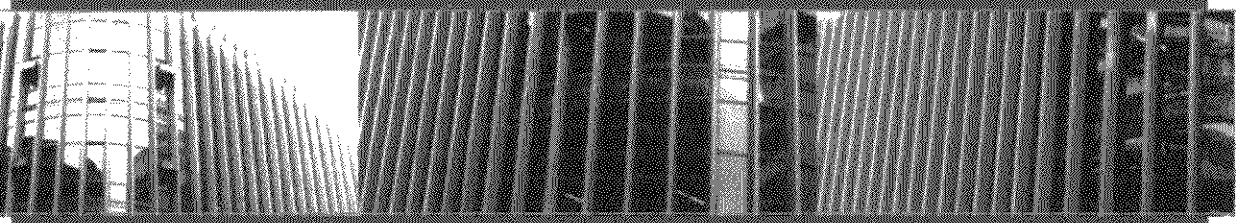


Sarmiento 871 | (C1041AAQ) Buenos Aires | Argentina | Tel. 4317 0700 | http://www.cfired.org.ar

EVENTO	Proyecto Institucional
DISEÑO	Catalogo

TI 2 12/23/04 11:20 AM Page 1

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



CFI

TI 2 12/23/04 11:20 AM Page 2

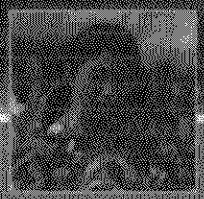
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

República Argentina

I 2 12/23/04 11:45 AM Page 3









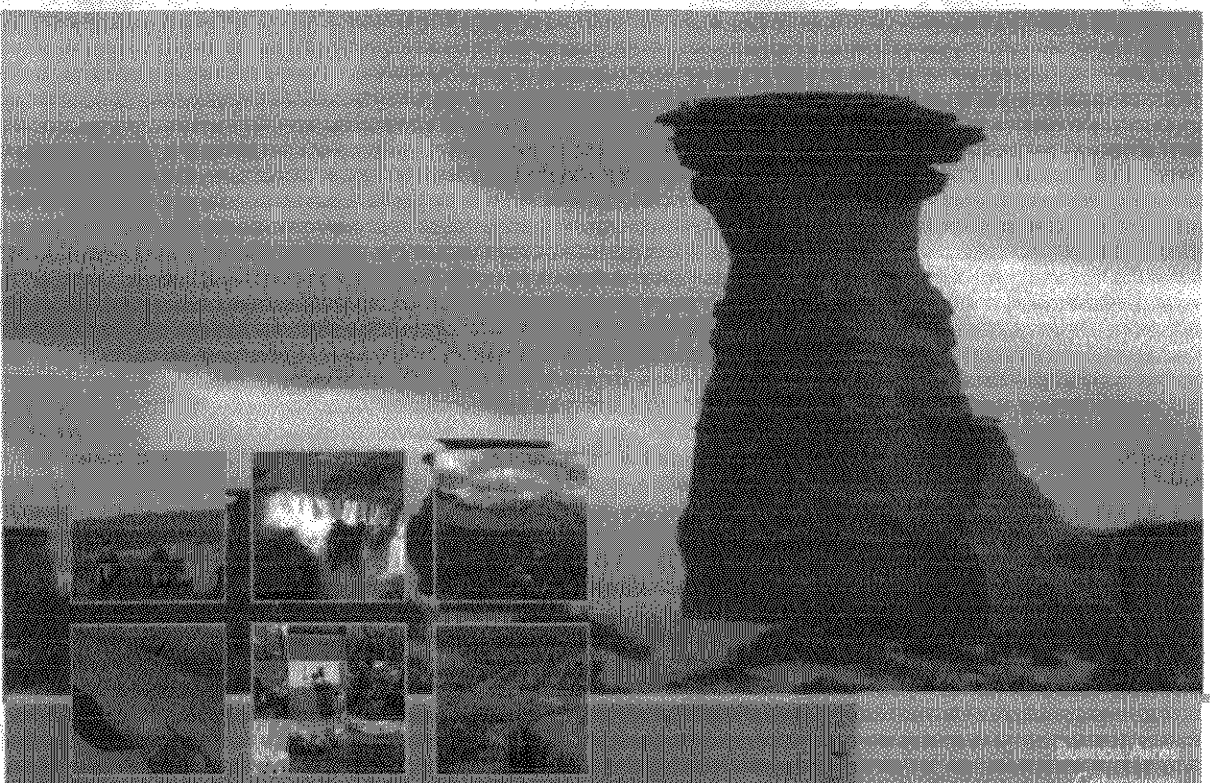
PROMOVIENDO
EL DESARROLLO PARA TODOS

EL CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

EL CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



I 2 12/23/04 11:45 AM Page 4



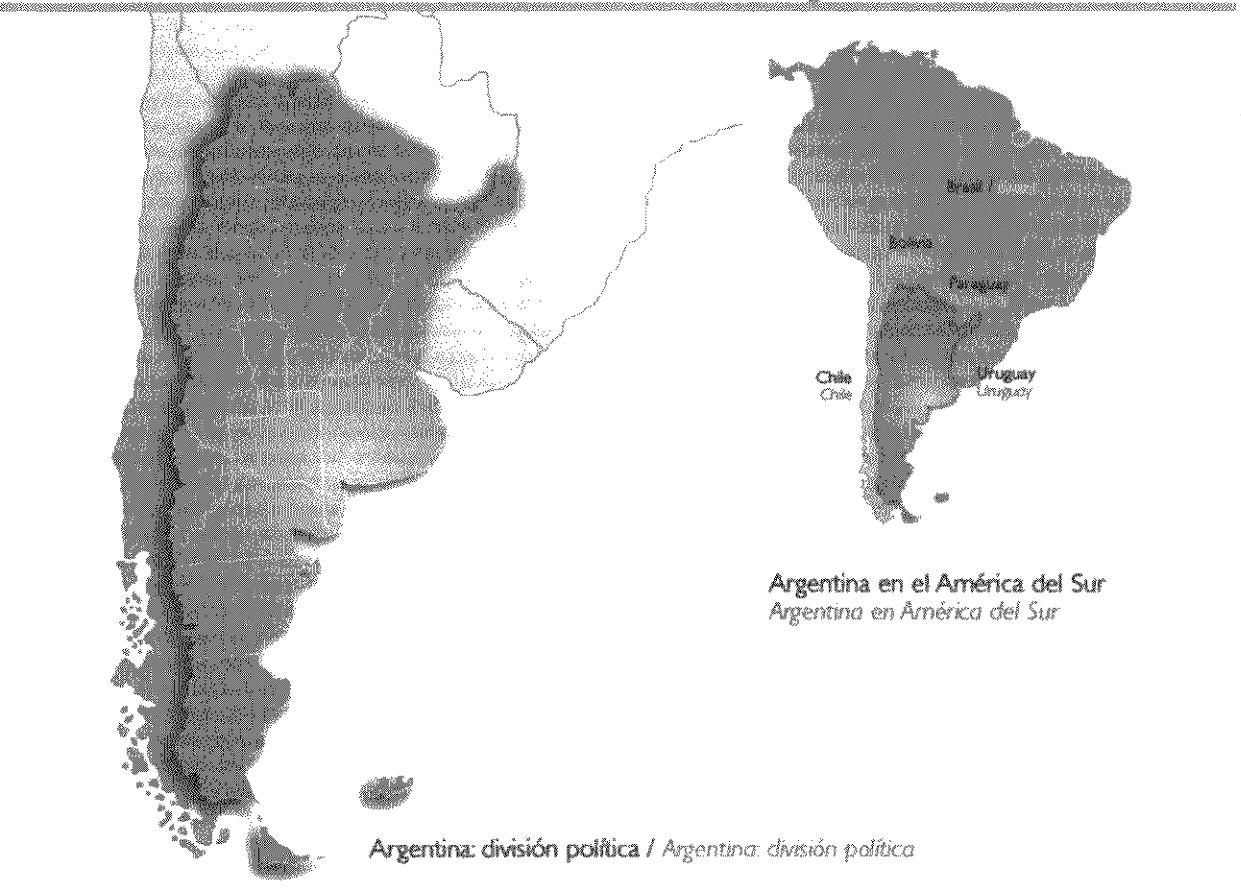
AL SERVICIO
DE LAS PROVINCIAS ARGENTINAS

AL SERVICIO DE LAS PROVINCIAS ARGENTINAS

Buenos Aires
Catamarca
Chaco
Chubut
Córdoba
Corrientes
Entre Ríos
Formosa
Jujuy
La Pampa
La Rioja
Mendoza
Misiones
Neuquén
Río Negro
Salta
San Juan
San Luis
Santa Cruz
Santa Fe
Santiago del Estero
Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur
Tucumán
Ciudad de Buenos Aires

I 2 12/23/04 11:45 AM Page 5





Argentina en el América del Sur
Argentina en América del Sur

Argentina: división política / *Argentina: división política*

VI 2 12/23/04 11:45 AM Page 6

El CFI promueve alianzas estratégicas entre el sector público y el privado mediante la conformación de una trama de redes de vinculación sistemática, orientadas a potenciar los recursos humanos y económicos de todas las regiones del país.

El proceso de globalización mundial y el surgimiento de las nuevas tecnologías de comunicación e información, exigen nuevos roles al Estado en su articulación con las empresas y la comunidad. En ese sentido, desde mediados de los noventa, el CFI organiza el trabajo en forma colaborativa y en red, conjuntamente con las pequeñas y medianas empresas en diversos sectores de la producción y de servicios, a la vez que establece el enlace con los agentes públicos y de la sociedad involucrados en su desarrollo.

Su estrecha vinculación a los gobiernos provinciales, la excelencia obtenida a través de las múltiples asistencias técnicas que lleva a cabo en los más diferentes tópicos y su flexibilidad para abarcar distintas experiencias territoriales, le dan al CFI una inmejorable posición para constituirse en un nexo eficaz tanto en la conformación de redes de colaboración y complementación entre los actores públicos y privados comprometidos en la gestión de los recursos, como en la implementación de las acciones concertadas. En ese camino, ha logrado no sólo plasmar ejemplos concretos sino también crear un espacio para el desarrollo de marcos conceptuales, la formulación de políticas y el diseño de nuevos métodos de trabajo.

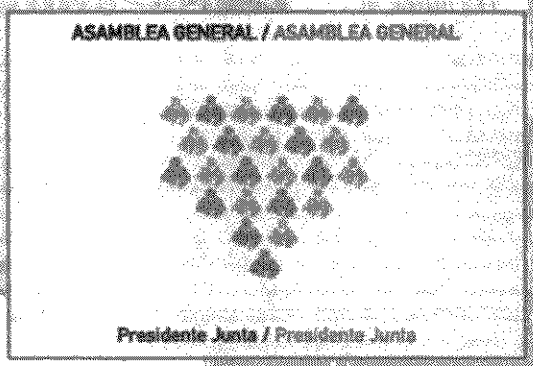
Entre sus diversas líneas de actividad para el cumplimiento de sus objetivos, pueden destacarse:

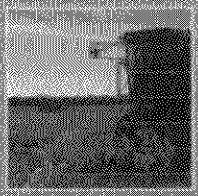
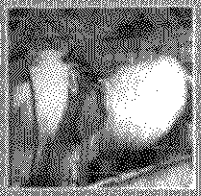
EN EL ÁMBITO ESPECÍFICO DE LA GESTIÓN PROVINCIAL:
* Asistencia técnica y financiera a programas y proyectos públicos, promoción de sectores productivos y de servicios, en particular del turismo; gobierno digital, y capacitación.

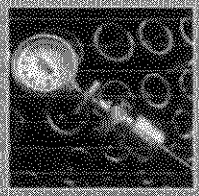
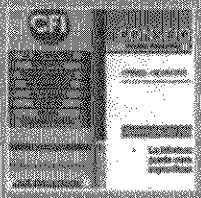
EN EL ÁMBITO DE LA COMUNIDAD:
* Sitio del CFI, www.cfired.org.ar; Centros de Acceso CFI en las capitales provinciales, en los que se dispone de las modernas tecnologías de comunicación e información, y premios a jóvenes talentos artísticos.

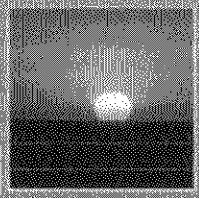
EN EL ÁMBITO PARTICULAR DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA:
* Créditos para la exportación y la reactivación productiva, que incluyen a los microemprendimientos, Misiones técnico comerciales al exterior; participación en ferias nacionales e internacionales; Ruedas de negocios; capacitación; promoción de sectores productivos y de servicios, y el capítulo Negocios del sitio,www.cfired.org.ar.







El CFI promueve alianzas estratégicas entre el sector público y el privado mediante la conformación de una trama de redes de vinculación sistemática, orientadas a potenciar los recursos humanos y económicos de todas las regiones del país.

El proceso de globalización mundial y el surgimiento de las nuevas tecnologías de comunicación e información, exigen nuevos roles al Estado en su articulación con las empresas y la comunidad. En ese sentido, desde mediados de los noventa, el CFI organiza el trabajo en forma colaborativa y en red, conjuntamente con las pequeñas y medianas empresas en diversos sectores de la producción y de servicios, a la vez que establece el enlace con los agentes públicos y de la sociedad involucrados en su desarrollo.
Su estrecha vinculación a los gobiernos provinciales, la excelencia obtenida a través de las múltiples asistencias técnicas que lleva a cabo en los más diferentes tópicos y su flexibilidad para abarcar distintas experiencias territoriales, le dan al CFI una inmejorable posición para constituirse en un nexo eficaz tanto en la conformación de redes de colaboración y complementación entre los actores públicos y privados comprometidos en la gestión de los recursos, como en la implementación de las acciones concertadas. En ese camino, ha logrado no sólo plasmar ejemplos concretos sino también crear un espacio para el desarrollo de marcos conceptuales, la formulación de políticas y el diseño de nuevos métodos de trabajo.
Entre sus diversas líneas de actividad para el cumplimiento de sus objetivos, pueden destacarse:

En el ámbito específico de la gestión provincial:

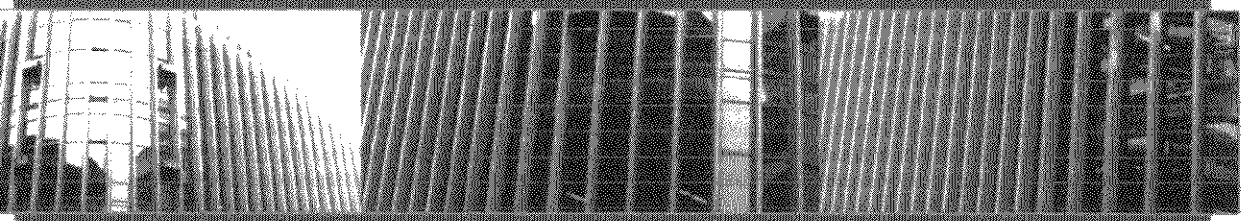
* Asistencia técnica y financiera a programas y proyectos públicos, promoción de sectores productivos y de servicios, en particular del turismo, gobierno digital, y capacitación.

En el ámbito de la comunidad:

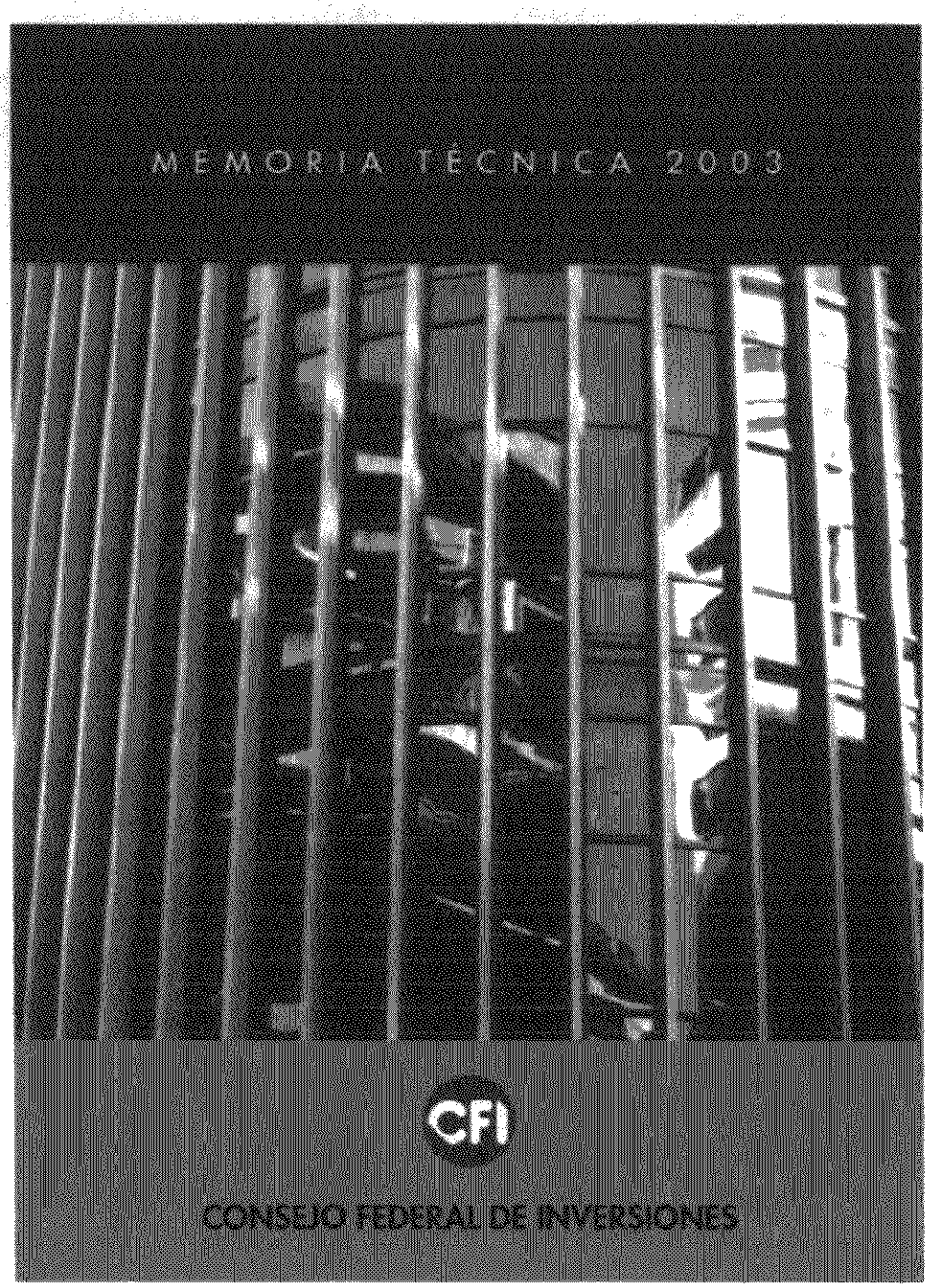
* Sitio del CFI, www.cfired.org.ar; Centros de Acceso CFI en las capitales provinciales, en los que se dispone de las modernas tecnologías de comunicación e información, y premios a jóvenes talentos artísticos.

En el ámbito particular de la pequeña y mediana empresa:

* Créditos para la exportación y la reactivación productiva, que incluyen a los microemprendimientos. Misiones técnico comerciales al exterior, participación en Ferias nacionales e internacionales, Rondas de negocios; capacitación; promoción de sectores productivos y de servicios, y el capítulo Negocios del sitio www.cfired.org.ar.



San Martín 871 (C1004AAQ) Buenos Aires - Argentina - Tel.: 4313 0700 - http://www.cfired.org.ar



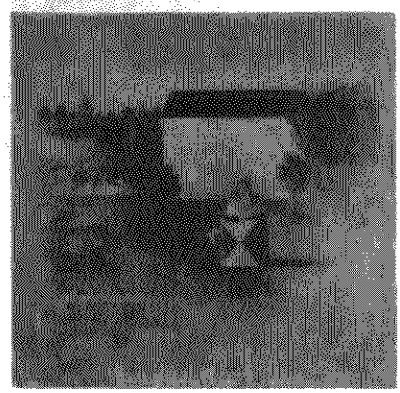
EVENTO	Institucional
DISEÑO	Tapa memoria técnica



Provincia: Mendoza
Obra: Tiempo de cosecha
Autor: Paula Pregunzini
Disciplina Pintura:
3º Premio Federal 2002



Provincia: Tucumán
Obra: Nosotros y el
agua pato
Autor: María Paula Aguilar
Disciplina Pintura:
3º Premio Federal 2006



Provincia: Córdoba
Obra: Una sola
Autor: Erik Steinmiller
Van Eberen
Disciplina Pintura:
1º Premio Federal 2001



Provincia: Santa Cruz
Obra: Cada mañana
una nueva pintura
Autor: Carlos Leopoldo
Meglen
Disciplina Pintura:
2º Premio Federal 2001



Provincia: Buenos Aires
Obra: Otra vez sin pan y
sin trabajo
Autor: Juan José Urquiaga
Disciplina Pintura:
3º Premio Federal 2000

CFI

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

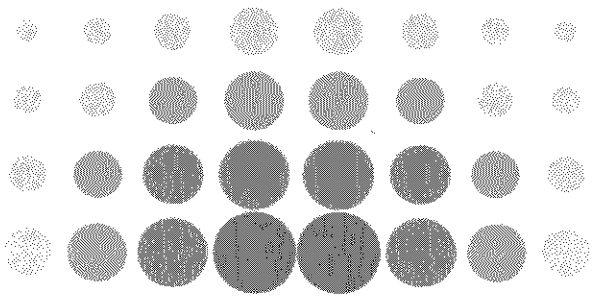
En estas fiestas los mejores deseos
de paz, amor
y prosperidad para todos.

Diciembre, 2004

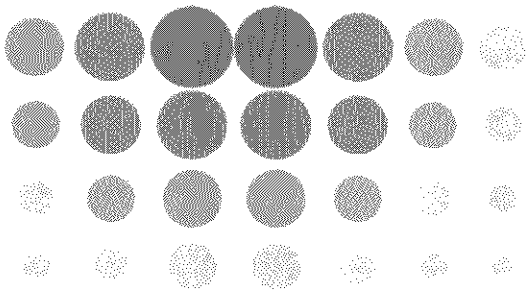
EVENTO	Institucional
DISEÑO	Postales fin de año

CUENTO BREVE / PINTURA / SOLISTA DE CANTO FOLCLÓRICO / TEATRO

Noroeste / Patagonia / Noreste / Centro / Nuevo Cuyo / Muestra Final



Premio Federal 2004



PROGRAMA DE CULTURA

CFI

SADAIC

ALBA

Digital Recording

TAC

Consejo Federal de Inversiones
San Martín 871 / C1004AAQ
Buenos Aires / Argentina
Informes e inscripción Áreas de cultura provinciales

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Afiches 2 formatos

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
San Martín 871 / C1004AAQ
Buenos Aires / República Argentina

Premio Federal 2004

PROGRAMA DE CULTURA

Bases y Reglamentos
CUENTO BREVE / PINTURA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
San Martín 871 / C1004AAQ
Buenos Aires / República Argentina

Premio Federal 2004

PROGRAMA DE CULTURA

Bases y Reglamentos
SOLISTA DE CANTO FOLCLÓRICO / TEATRO (UNIPERSONAL)

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Bases y Reglamentos
Tapas exteriores y hojas interiores	

Premio Federal 2004
Ciclo de Salones Regionales

Noa

El Consejo Federal de Inversiones invita a usted al ciclo de Salones Regionales del Concurso "Premio Federal" 2004.
El salón Noa - Catamarca, Jujuy, Salta, Santiago del Estero, Tucumán- se realizará en sus Salas Federales,
San Martín 871 de la Ciudad de Buenos Aires,
del 17 al 28 de mayo, de lunes a viernes de 12 a 20.

Premio Federal 2004
Ciclo de Salones Regionales

Nea

El Consejo Federal de Inversiones invita a usted al ciclo de Salones Regionales del Concurso "Premio Federal" 2004.
El salón Nea- Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Misiones- se realizará en sus Salas Federales,
San Martín 871 de la Ciudad de Buenos Aires,
del 25 de julio al 6 de agosto, de lunes a viernes de 12 a 20.

Premio Federal 2004
Ciclo de Salones Regionales

Patagonia

El Consejo Federal de Inversiones invita a usted al ciclo de Salones Regionales del Concurso "Premio Federal" 2004.
El salón Patagonia - Chubut, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz, Tierra del Fuego- se realizará en sus Salas Federales,
San Martín 871 de la Ciudad de Buenos Aires,
del 21 de junio al 2 de julio, de lunes a viernes de 12 a 20.

Premio Federal 2004
Ciclo de Salones Regionales

Centro

El Consejo Federal de Inversiones invita a usted al ciclo de Salones Regionales del Concurso "Premio Federal" 2004.
El salón Centro - Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe- se realizará en sus Salas Federales,
San Martín 871 de la Ciudad de Buenos Aires,
del 30 de agosto al 10 de septiembre, de lunes a viernes de 12 a 20.

Premio Federal 2004
Ciclo de Salones Regionales

Nuevo Cuyo

El Consejo Federal de Inversiones invita a usted al ciclo de Salones Regionales del Concurso "Premio Federal" 2004.
El salón Nuevo Cuyo - La Rioja, Mendoza, San Juan, San Luis- se realizará en sus Salas Federales,
San Martín 871 de la Ciudad de Buenos Aires,
del 4 al 15 de octubre, de lunes a viernes de 12 a 20.

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Tarjetas

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROGRAMA DE CULTURA

" Premio Federal" Año 2004

CUENTO BREVE / PINTURA / SOLISTA DE CANTO FOLCLÓRICO / TEATRO

Foto 4 x 4

Solicitud de Inscripción Nº

Datos Personales

Apellido y Nombre

Documento de identidad Tipo Nº

Lugar y fecha de nacimiento

Domicilio

Localidad Código Postal

Teléfono E-mail

Lugar de trabajo

Disciplina (Marque con una X la disciplina para la que se inscribe)

Cuento Breve ☐ Pintura ☐ Solista de canto folclórico ☐ Teatro (unipersonal) ☐

Síntesis curricular (Hasta 200 palabras. Tal y como figurará en posibles catálogos)

COMPROBANTE DE INSCRIPCIÓN

TÍTULO DE LA OBRA Y/O INTÉRPRETE	TÍTULO DE LA OBRA Y/O INTÉRPRETE	TÍTULO DE LA OBRA Y/O INTÉRPRETE
AUTOR	AUTOR	AUTOR
NÚMERO DE SOLICITUD	NÚMERO DE SOLICITUD	NÚMERO DE SOLICITUD
PROVINCIA	PROVINCIA	PROVINCIA

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Ficha de inscripción

Obra presentada (para Cuento Breve)

TÍTULO	CANTIDAD DE LÍNEAS / VERSOS

Obra presentada (para Pintura)

TÍTULO	TÉCNICA
DIMENSIONES	AÑO

Obra presentada (para Solista de Canto Folclórico)

	Nº	AUTOR	TÍTULO DE LA OBRA	RITMO	DURACIÓN
TEMAS	1				
	2				
	3				
	4				
	5				
	6				
	7				
	8				

Obra presentada (paraTeatro Unipersonal)

TÍTULO	AUTOR	DURACIÓN
En caso de perfeccionarse en Buenos Aires. **¿ Qué maestro elegiría para una Beca de Estudios?**		

Declaro conocer y aceptar en todos sus términos las bases y reglamentos que rigen este concurso

LOS DATOS DE ESTE FORMULARIO TIENEN CARÁCTER DE DECLARACIÓN JURADA

FIRMA DEL SOLICITANTE

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Ficha de inscripción

Noroeste / Patagonia / Noreste / Centro / Nuevo Cuyo / Muestra Final

Premio Federal 2004

SALAS FEDERALES

Salas Federales

Ubicadas en la sede del Consejo Federal de Inversiones, en Marcelo T. de Alvear de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se encuentran las Salas Federales.

Creadas y coordinadas por la Sala Cíudad y las Salas Regionales de todo el país, participan de las acciones llegadas del Consejo Premio Federal.

Las Salas Federales, entre otras actividades del Programa de Cultura, cuentan con un equipo de colaboradores técnicos y artísticos especializados.

CFI

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROGRAMA DE CULTURA

Premio Federal 2004

El Premio Federal es un estímulo económico y formativo a través del cual el Programa de Cultura del CFI reconoce la trayectoria de los artistas y las obras, como también promueve la circulación y el intercambio de las expresiones más relevantes del arte contemporáneo.

Este año el Premio otorgará a artistas e intérpretes de las siguientes disciplinas:

Letras / Cuento Breve
Artes visuales / Pintura
Música / Solista de canto folclórico
Artes escénicas / Teatro unipersonal

Los finalistas participarán en talleres a cargo de los ganadores locales.

Noroeste / 17 al 22 de mayo
Patagonia / 21 de junio al 2 de julio
Noreste / 26 de julio al 6 de agosto
Centro / 20 de agosto al 10 de septiembre
Nuevo Cuyo / 4 al 15 de octubre

El Salón Federal se realizará entre el 8 y el 20 de noviembre y la entrega del Premio Federal el día 18 de [illegible]
[illegible] estarán abiertas de lunes a viernes de 10 a 20 h.

Las bases y planillas completas de cada disciplina se encuentran en el sitio web del CFI: www.cfired.org.ar.

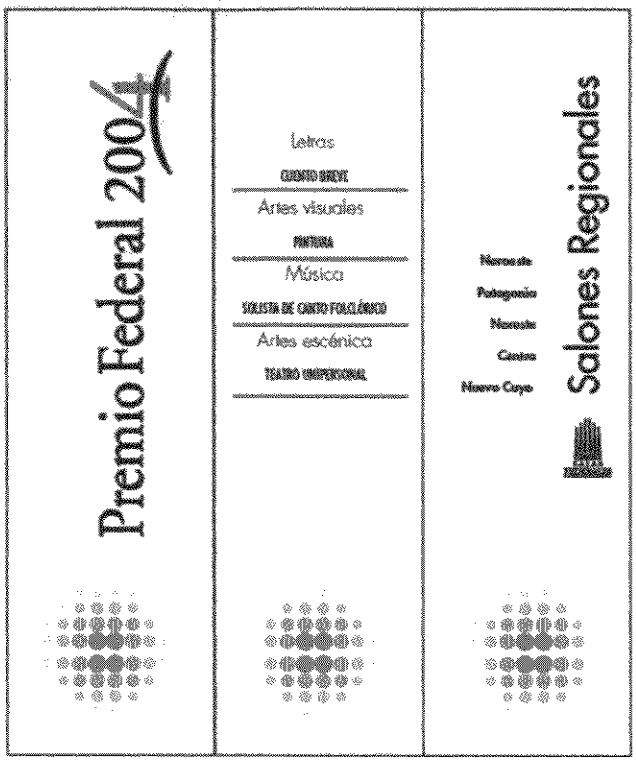
SADAIC

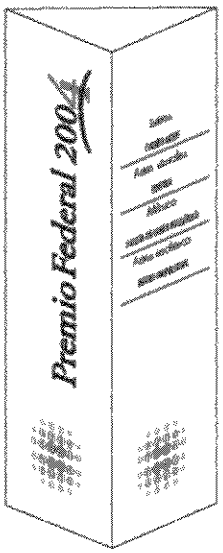
ALBA

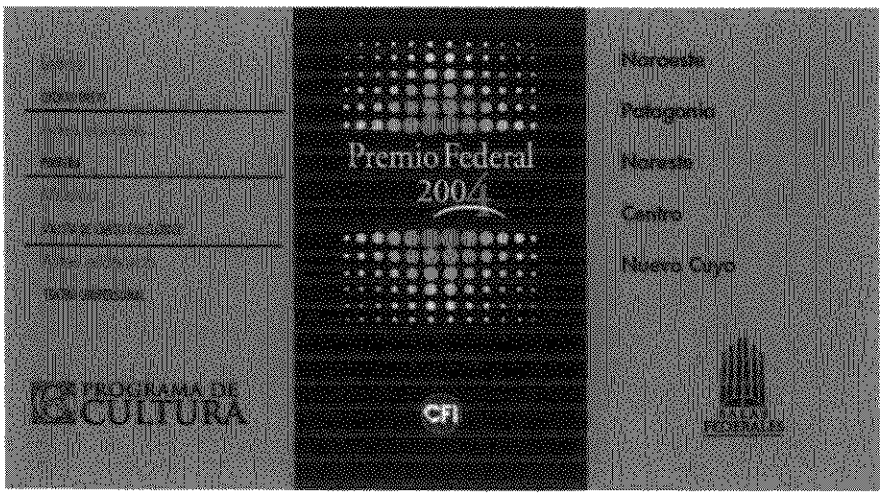
TAC

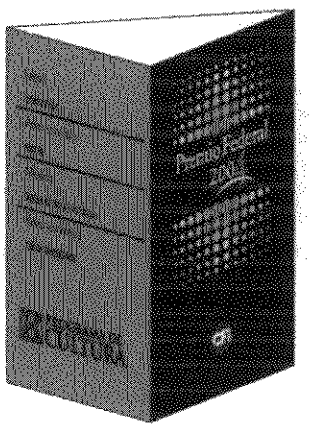
Digital Recording

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Propuesta Señaladores

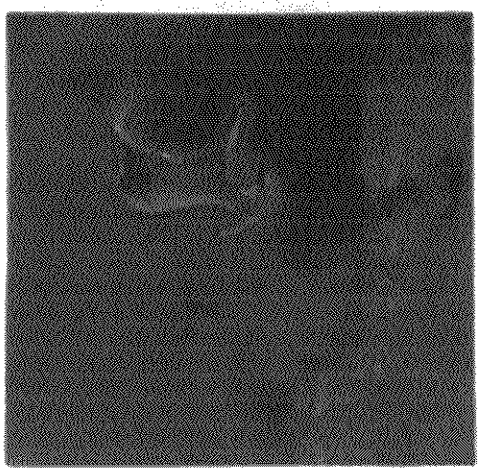








EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Totems



Letras / **Cuento Breve** - Artes Visuales / **Pintura** - Música / **Solista de canto folklórico** - Artes escénicas / **Teatro unipersonal**

Premio Federal 2004

Calendario de Muestras Regionales • SALAS FEDERALES •

REGION Noroeste	REGION Patagonia	REGION Noreste	REGION Centro	REGION Nuevo Cuyo
17 al 28 de mayo	21 de junio al 2 de julio	28 de julio al 6 de agosto	20 de agosto al 10 de septiembre	4 al 15 de octubre

MUESTRA Final del 8 al 26 de noviembre

SALAS FEDERALES

PROGRAMA DE CULTURA

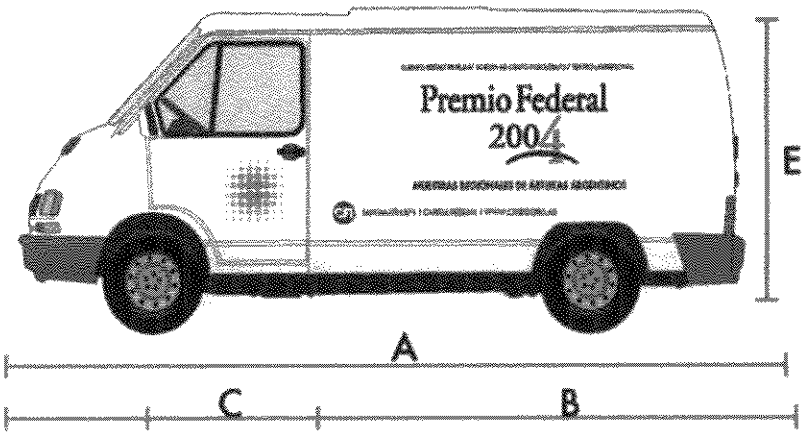
CFI

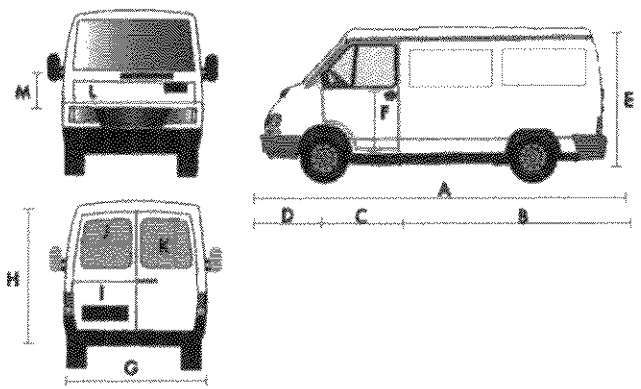
EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Propuesta Merchandising

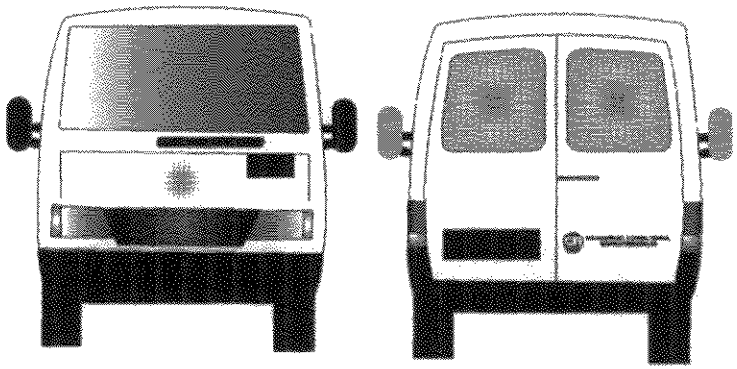
EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Tapa Tipo Catalogo

TRAFIC CORTA

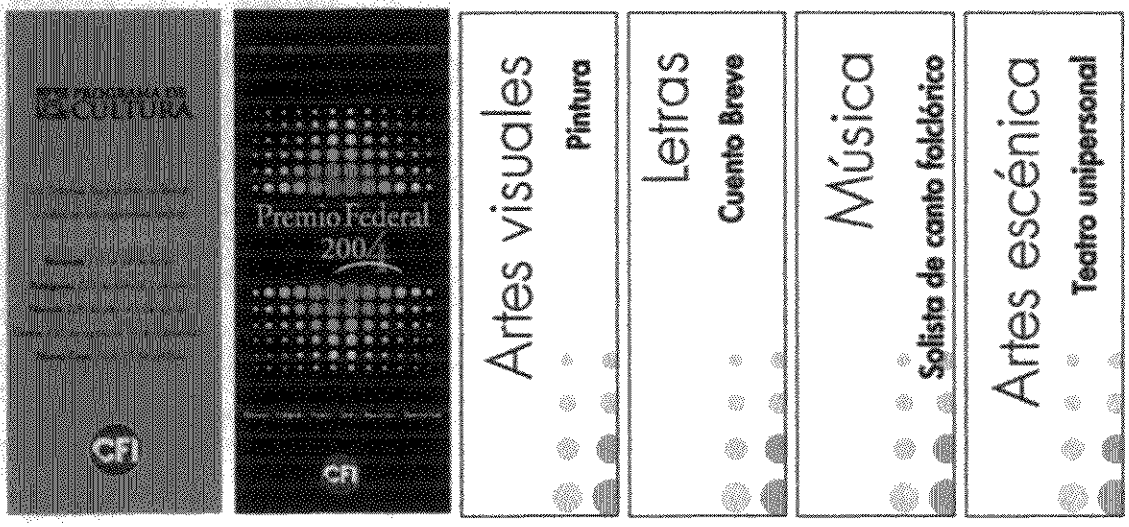
Laterales		
Largo Total	A	442
Largo Furgón	B	266
Largo Puerta	C	109
Largo Trompa	D	67
Alto Total	E	180/con cupula 233
Alto Puerta	F	86
Culata		
Ancho Culata	G	146
Alto Culata	H	150/con cupula 203
Ancho Portones	I	65
Ancho Ventanas	J	55
Alto Ventanas	K	55
Frente		
Ancho Frente	L	191
Alto Frente	M	61



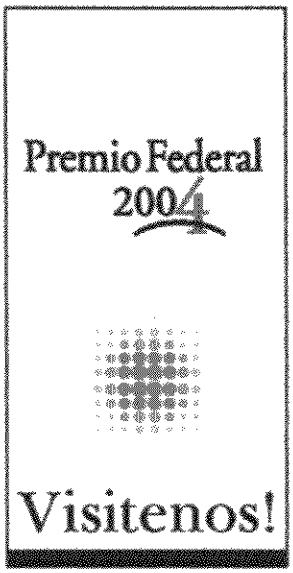




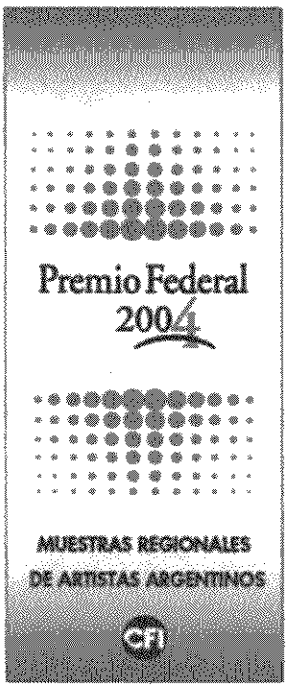
EVENTO	DISEÑO	
Programa de Cultura	Ploteado	Traffic Corta







Banners Laterales de Puerta Principal
Aprox. 80x160cm c/u.
Material: Lona Mesh, traslucida

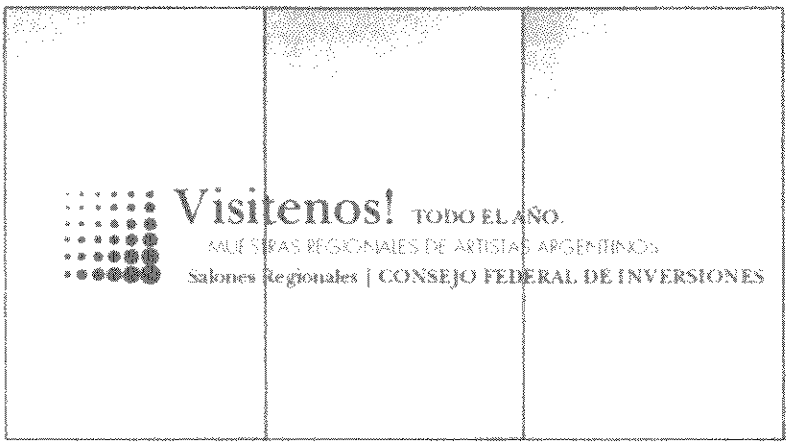


Banners Fachada
Aprox. 170x400 cm c/u.
Material: Lona Mesh, traslucida

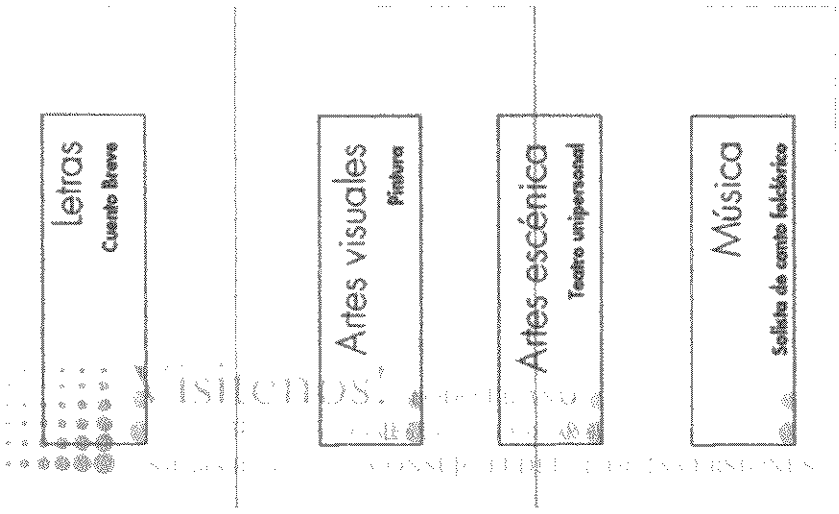
EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Ploteado
	Banners

Visitenos! TODO EL AÑO.
MUESTRAS REGIONALES DE ARTISTAS ARGENTINOS
Salones Regionales | CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Ploter traslucido vidrieras
Medidas: vidriera lateral San Martín
vidriera lateral Tres Sargentos
Material: vinilo traslucido



Ejemplo de aplicación en vidriera de Ploter traslucido



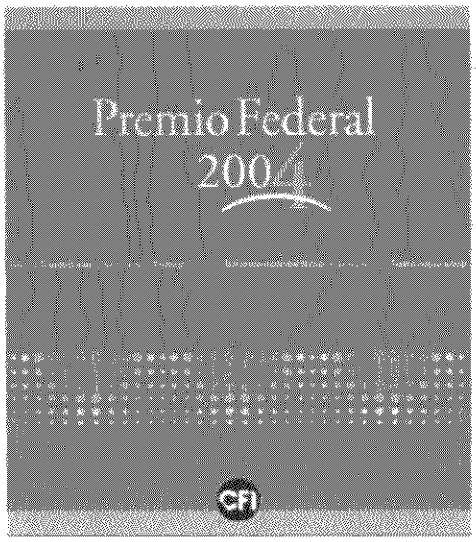
Ejemplo de aplicación en vidriera de Ploter traslucido + Banners

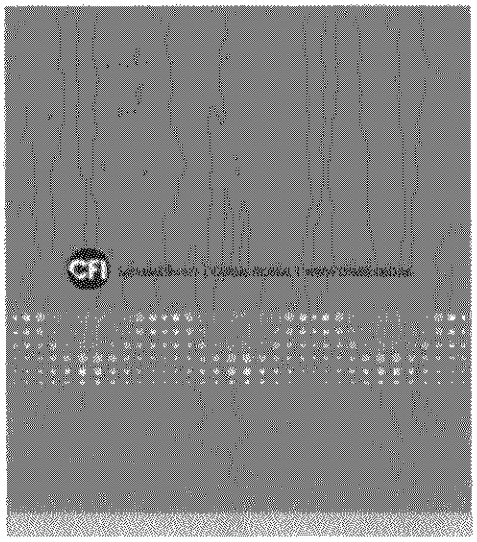
EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Ploteado
	Grafica ventanas



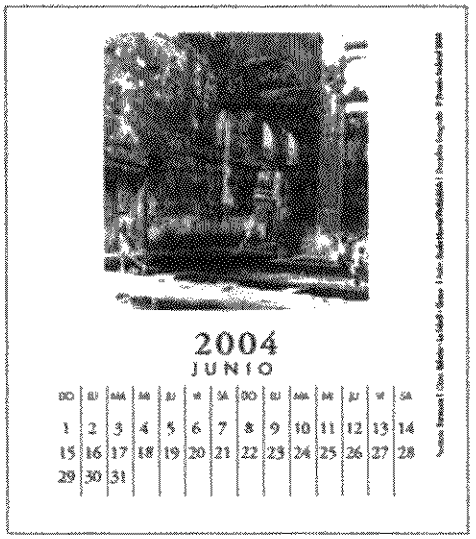


EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Ploteado
	Aplicaciones

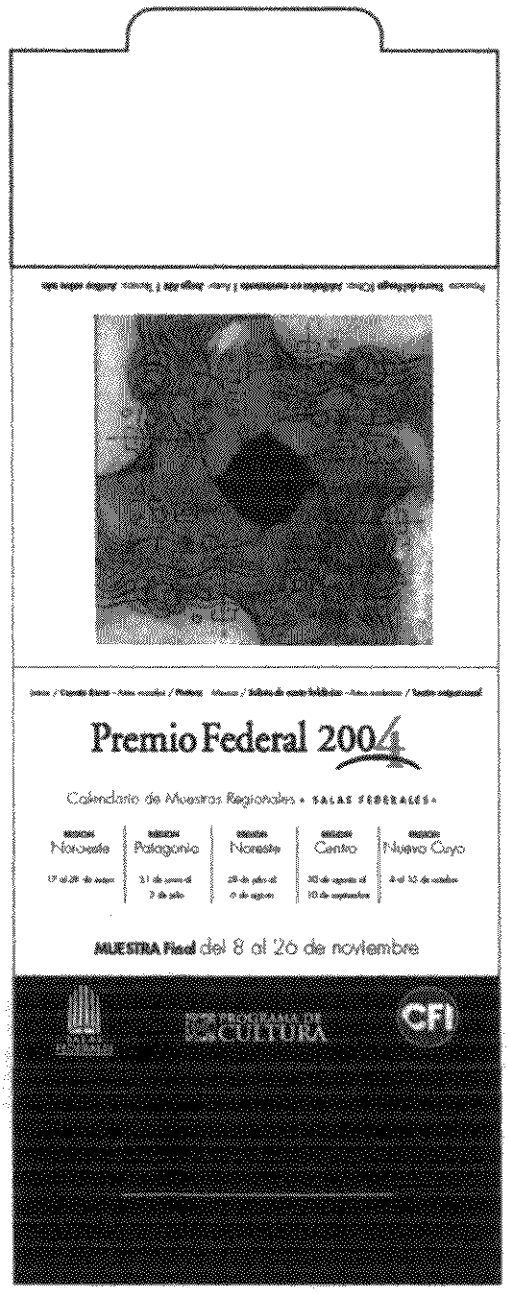


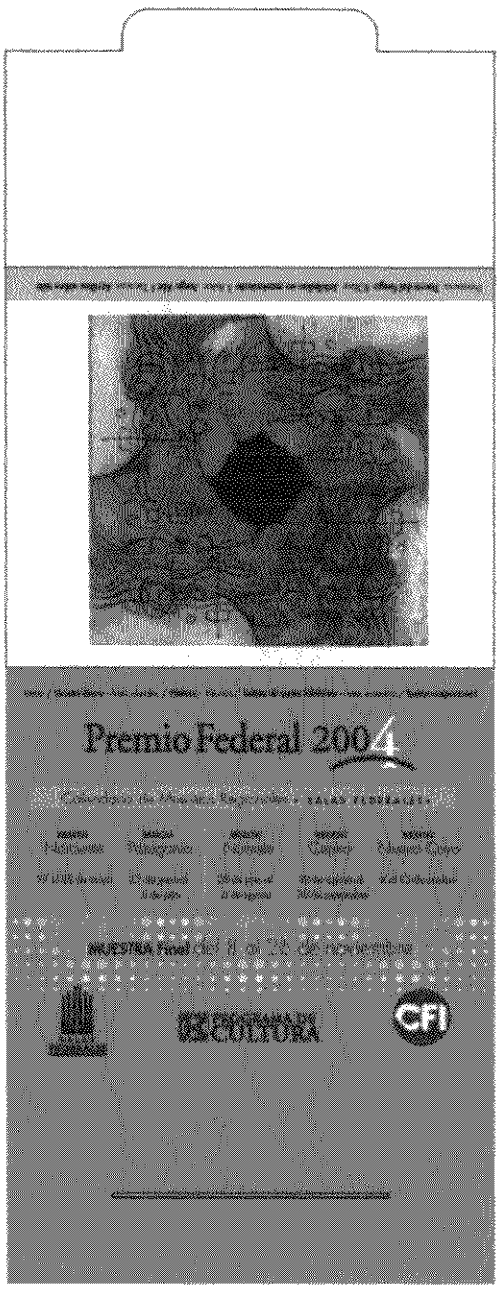






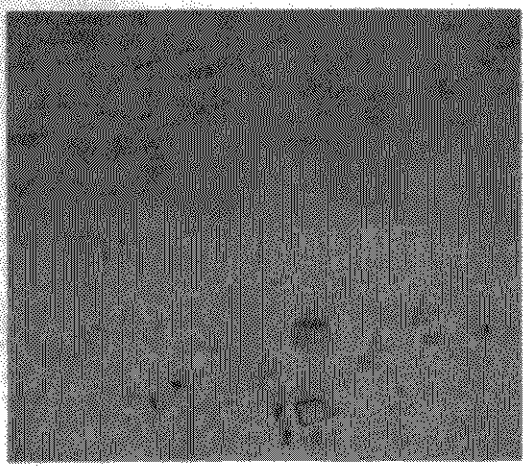
EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Calendario





EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Cronograma

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Carteles Salones

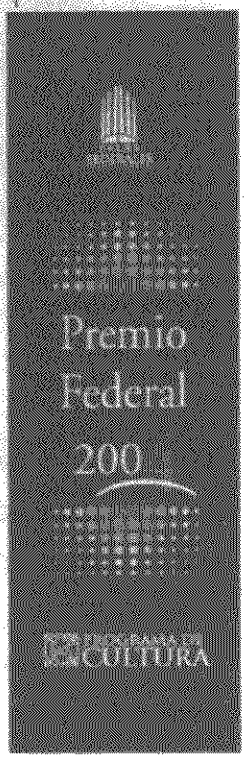


Provincia: **Córdoba** | Obra: **Los hombres que se comió la tierra**
Autor: **Mateo Argüello Nº1** | Disciplina Pintura: **1º Premio Federal 2020**



Provincia: **Buenos Aires** | Obra: **Otra vez sin pan y sin trabajo**
Autor: **Juan José Urquiaga** | Disciplina Pintura: **2º Premio Federal 2020**

EVENTO	Programa Cultura
DISEÑO	Postales



CFI

CONCURSO " PREMIO FEDERAL" AÑO 2004

El Consejo Federal de Inversiones certifica que

_____

ha participado en el Concurso "Premio Federal" Año 2004

En la disciplina _____

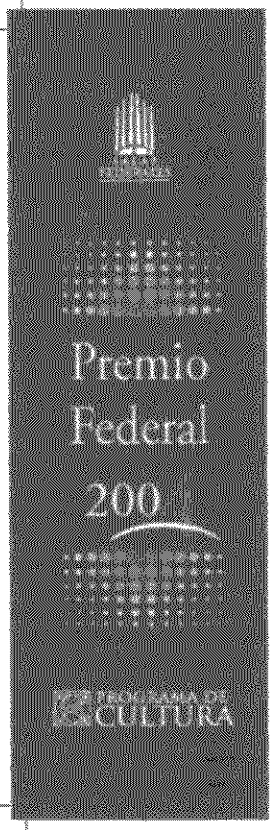
Por la provincia _____

de la región _____

Buenos Aires,

_____

Secretario General
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



CFI

República Argentina

" PREMIO FEDERAL" AÑO 2004

El Consejo Federal de Inversiones ha distinguido a

_____

con _____

en la disciplina _____

participante por la provincia de _____

Buenos Aires,

noviembre de 2004

_____	_____	_____
Jurado	*Ing. Juan José Chiara* Secretario General CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES	*Jurado*

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Certificados Finales

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Catalogo Final

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

El Secretario General del Consejo Federal de Inversiones

Ing. Juan José Ciácera

tiene el agrado de invitar a usted al acto de entrega de premios del concurso

"Premio Federal" 2004,

a realizarse el 25 de noviembre a las 18,

en las Salas Federales, San Martín 857, Ciudad de Buenos Aires,

donde además podrá visitar la Muestra Final,

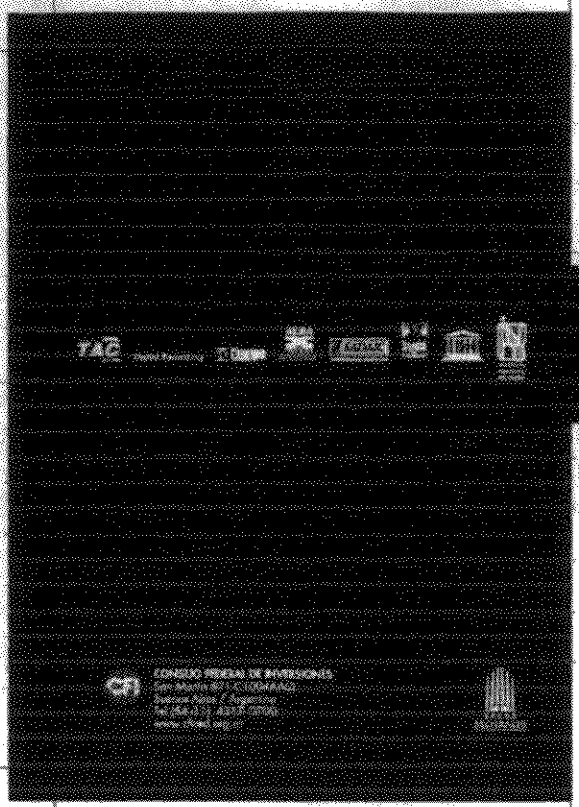
del 8 al 26 del corriente, de lunes a viernes de 12 a 20.

R.S.V.P.

(011) 4313-4702 / 4317-0763

Buenos Aires, noviembre de 2004

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Invitación Final



NOROESTE ARGENTINO | PATAGONIA | NORESTE ARGENTINO | CENTRO | NUEVO CUYO

PROGRAMA DEL ACTO OFICIAL
Muestra Final

Premio Federal
2004

PROGRAMA DE CULTURA

CFI

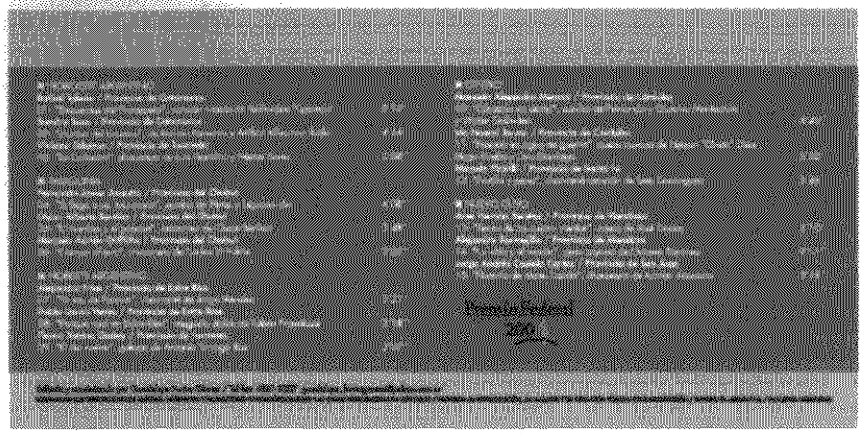
PROGRAMA DEL ACTO OFICIAL — Muestra Final 2004

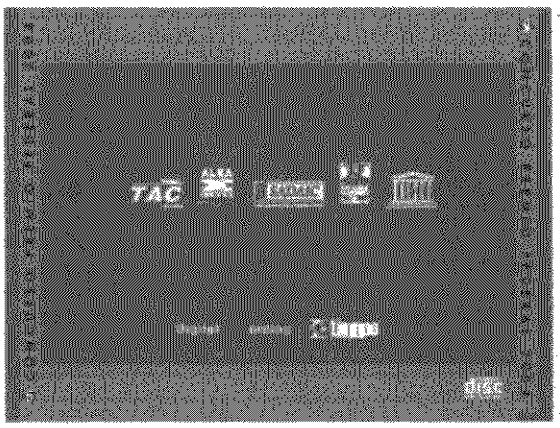
- Apertura del acto.
- Presentación de autoridades.
- Palabras de bienvenida a cargo del Secretario General del CFI, Ing. Juan José Cáceres.
- Video institucional.
- Entrega de las Menciones especiales del grado en las disciplinas Cuento breve, Solista de canto folclórico, Pintura, Teatro (unipersonal).
- Entrega de las Menciones en las disciplinas Cuento breve, Solista de canto folclórico, Pintura, Teatro (unipersonal).
- Entrega del "Premio Federal" Año 2004 en las disciplinas Cuento breve, Solista de canto folclórico, Pintura, Teatro (unipersonal).
- Actuación especial del cantante Zamba Quipildor.
- Cierre del acto.
- Vino de honor.

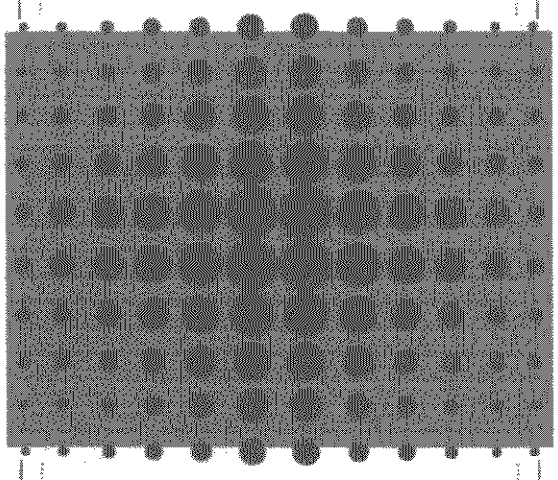
Premio Federal
2004

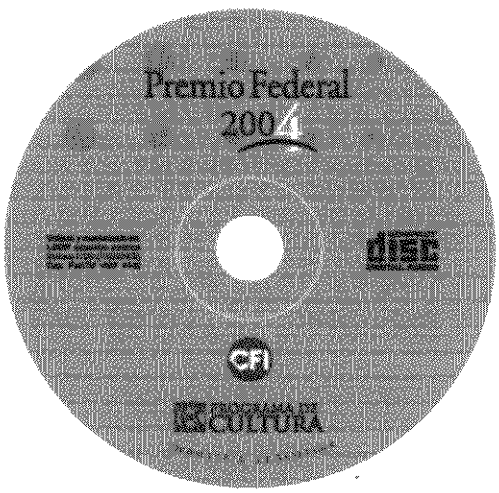
EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Programa Final











EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Cd Final

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Tapa Libro Final

Contratapa

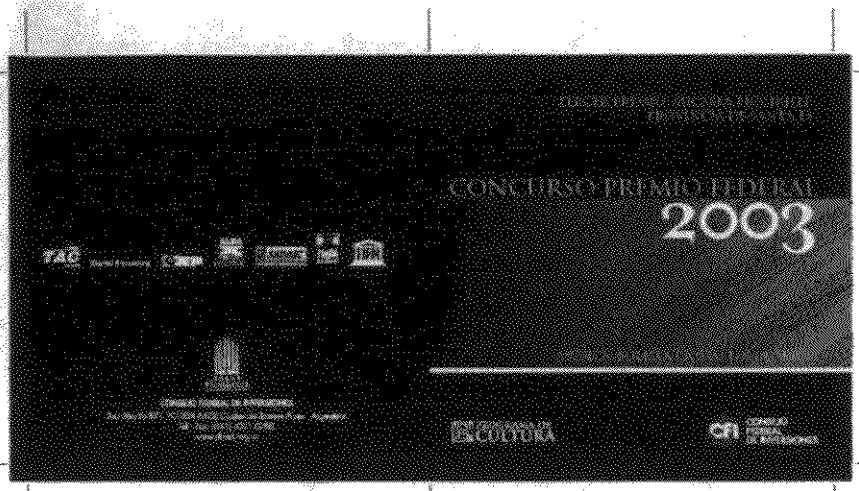
Lomo

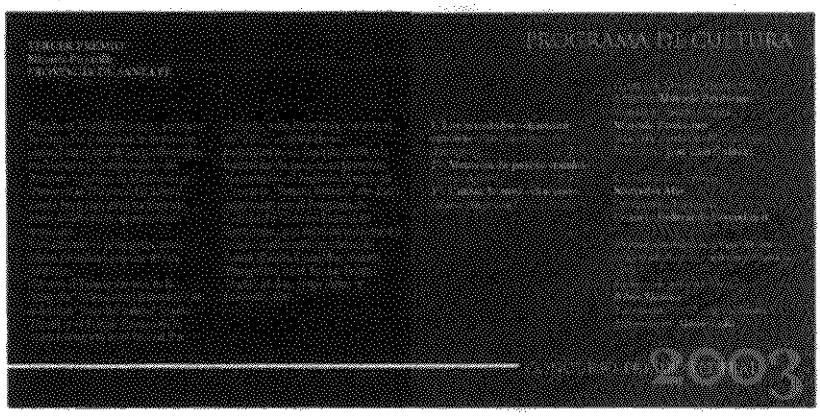
Tapa

NORDESTE ARGENTINO | PATAGONIA | NORESTE ARGENTINO CENTRO NUEVO CUYO

Premio Federal 2004

PROGRAMA DE CULTURA









EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Cd Premios año 2003

EVENTO	Programa de Cultura
DISEÑO	Libro Premios año 2003