

Indicaciones Geográficas en Argentina: aportes metodológicos para el estudio de sus potencialidades y limitantes*

Argentinian Geographic Indications: Methodological Contributions to the Study of their Potential and Constraints

María Laura Cendón**
Mariana Bruno

Resumen

Las Indicaciones Geográficas (IG) son signos de calidad territorial que pueden contribuir a la organización de productores, la adopción de innovaciones y la puesta en valor de la calidad diferencial. En este sentido, se visibilizan como herramientas para el desarrollo territorial a partir de la valorización integral de los recursos locales. En Argentina, las experiencias sobre sellos de calidad diferencial son relativamente recientes, no existiendo bibliografía suficiente sobre estos procesos y sus múltiples efectos. Este trabajo se propone sistematizar y comprender los procesos de implementación de Denominaciones de Origen (DO) e IG en Argentina y realizar un aporte metodológico para estudiar las contribuciones potenciales de estas herramientas al desarrollo territorial.

Para ello, se toma como referencia el enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) y la noción de desarrollo territorial, entendido como un proceso de transformación productiva, institucional y social. La metodología es cualitativa, basada en la revisión de fuentes secundarias y primarias de las ocho Indicaciones Geográficas reconocidas en Argentina. Entre los resultados destaca la complejidad de los procesos de calificación colectivos que conllevan transformaciones productivas y el desarrollo y fortalecimiento de redes público-privadas e interinstitucionales tanto en la elaboración del protocolo de calidad como para la difusión y promoción del producto. Se distingue el papel de instituciones y gobiernos locales en el acompañamiento, asesoramiento y organización de las actividades. Estas acciones contribuyen a la patrimonialización de la cultura alimentaria del territorio y la identidad colectiva.

Palabras clave: Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL), Indicaciones Geográficas, Argentina, desarrollo territorial.

* Proyecto AGR523/17 “Innovación y Calidad en las Tramas Productivas - Comerciales”. FCA. UNMDP. Ejecución: 2017-2018. Directora: María Laura Cendón. Proyecto “Agregado de Valor y Tramas Productivas” PNSEPT-1129033. Programa Nacional Territorios, Economía, Sociología, Prospectiva y Políticas Públicas. INTA Ejecución: 2014-2019. Coordinador: Sebastián Grenoville.

* María Laura Cendón, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Balcarce, Argentina, condon.maria@inta.gov.ar; Mariana Bruno, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Balcarce, Argentina, bruno.mariana@inta.gov.ar

Abstract

The Geographical Indications (GI) are signs of territorial quality that may contribute to producers organization, the introduction of innovations and the valuing of differential quality. In this sense, the GIs are regarded as tools that enhance territorial development due to the comprehensive valorization of the local resources. In Argentina, the studies on differential quality labels have been undertaken only recently, which means that there are not many bibliographical sources on these processes or their multiple effects. The objective of this study is to systematize and understand the implementation of the Designation of Origin and Geographical Indication processes in Argentina, and to provide methodological contributions to study the potential benefits of these tools to the territorial development.

The references adopted in this study were the LAFS approach and the notion of territorial development. The latter is considered a process of productive, institutional and social transformation. Qualitative methodology based on the review of primary and secondary sources on the eight GIs from Argentina was adopted. The results show the complexity of the collective qualification processes that result in productive transformations, as well as the development and strengthening of public-private and interinstitutional networks for both the creation of the quality protocol and promotion and dissemination of the product. Similarly, the role of local institutions and governments in the accompaniment, consultancy and organization of these activities is highlighted. These actions conduce to the rise of the heritage status of local food culture and collective identity.

Keywords: Local Agro-Food Systems (LAFS), Geographical Indications, Argentina, territorial development.

Introducción

En el sector agroalimentario, ciertos instrumentos de calidad territorial, como las Indicaciones Geográficas (IG),³ pueden contribuir favorablemente con la organización de los productores y la posibilidad de apropiarse de parte del valor creado en la cadena de valor, a través de la diferenciación de los productos y el acceso a nuevos canales de comercialización (Belletti *et al.*, 2014: 1098). Complementariamente, dichas herramientas pueden facilitar procesos de desarrollo territorial y valorización integral (Champredonde y González, 2016: 144-145) vía la puesta en valor y protección de recursos genéticos, del

³ El término Indicaciones Geográficas (IGs) abarca: a) Indicación Geográfica (IG): aquella que identifica un producto como originario, del territorio de un país, o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad u otras características del producto sean atribuibles fundamentalmente a su origen geográfico (Art. 2, Ley Nacional N° 25.966/04); b) Denominación de Origen (DO): el nombre de una región, provincia, departamento, distrito, localidad o de un área del territorio nacional debidamente registrada que sirve para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos (Art. 2, Ley Nacional N° 25.966/04).

patrimonio cultural, del desarrollo socio-cultural y la reducción de la pobreza rural a través del desarrollo de actividades de diversificación y el mantenimiento de la población en sus actividades productivas.

Estas herramientas son ampliamente extendidas en Europa. Para el año 2015 contaban con 1322 signos reconocidos (sin contar los vinos y bebidas espirituosas), correspondiendo el 45% a DOP, el 50% IGP y el 5% restante a Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG).⁴ Los productos reconocidos se concentran en aquellos países que cuentan con una larga historia cultural y gastronómica que ha persistido en el tiempo, manteniendo las tradiciones en las áreas rurales y las pequeñas empresas artesanales (Cendón, 2016: 89-91). Entre estos cabe señalar Italia, Francia, España, Portugal y Grecia con más de cien productos reconocidos cada uno. En estos países existe una política de promoción de los productos típicos de calidad a través del financiamiento de las producciones, el fomento del uso de logotipos a nivel comunitario y del consumo de este tipo de productos, paralelamente con una población cada vez más preocupada por el consumo de alimentos saludables y con identidad territorial.

A pesar de contar con una larga trayectoria en este tipo de certificaciones, algunas investigaciones indican que presentan ciertas dificultades en su funcionamiento, tales como el bajo porcentaje de aceite comercializado con dicho signo, como el caso del aceite de oliva en España (Sanz-Cañada y Macías-Vázquez, 2008: 164) donde solo el 20% del aceite se comercializa como DOP o donde no se verifican necesariamente la posibilidad de acceder a un diferencial económico o mejores prácticas medioambientales (Cendón, 2016: 194-198; Bowen y Zapata, 2009: 111-112).

En Argentina en los últimos años, y particularmente a partir de la reglamentación de la Ley Nacional 25380 que regula las IG y DO (en el año 2009), se han presentado y aprobado un número creciente de signos de calidad. Sin embargo, no todos alcanzan reconocimiento por parte de los consumidores nacionales, contando con trayectorias diversas y procesos de construcción con niveles de participación e integración interinstitucional territorial dispar. Si bien existen algunos trabajos de investigación, aún no hay bibliografía disponible suficiente sobre dichos casos y particularmente que den cuenta de la complejidad de los procesos de construcción, de la puesta en marcha de los mismos y finalmente que se pueda reflexionar sobre las potencialidades como un instrumento de desarrollo territorial.

Es por ello que surge como objetivo del presente trabajo sistematizar y comprender los procesos de implementación de DO/IG en Argentina y realizar un aporte metodológico para estudiar las contribuciones potenciales de estas herramientas al desarrollo territorial, en términos de los procesos de transformación productiva, institucional y social a que da lugar.

⁴ En <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list> (consultado en julio 2016).

Marco conceptual y metodológico

Este trabajo de investigación se enmarca en el enfoque de Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL) que surge en el ámbito de CIRAD (Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement) a mediados de los años noventa en un contexto de crisis de las sociedades rurales, la globalización/masividad de los alimentos y problemas ambientales. El SIAL fue definido como:

una concentración de empresas, actores, consumidores e instituciones en red, especializadas sectorialmente y asociadas, por sus características y su funcionamiento, a un territorio específico. El medio ambiente, los productos, los hombres, sus técnicas, sus comportamientos alimentarios, sus instituciones y sus redes de relaciones se combinan en un territorio para producir una forma de organización agroalimentaria en una escala espacial dada (Muchnik y Sautier, 1998: 4).

Tal como expresan Boucher y Requier-Desjardins, estas concentraciones geográficas de unidades productivas se estructuran alrededor de una actividad en común y se apoyan en la valorización de los recursos locales (2005: 6). El rasgo característico de este enfoque, a diferencia de otras perspectivas de base territorial (Marshall, 1919; Becattini, 1990; Porter, 1998; Courlet y Pecqueur, 1996; Colletis y Pecqueur, 1993), es el vínculo histórico, material e inmaterial entre el alimento y el territorio (Muchnik, 2012: 30).

Desde sus inicios la noción de SIAL es utilizada ya sea como un objeto concreto, es decir un conjunto de actividades agroalimentarias visibles, establecidas territorialmente; un enfoque, para abordar el desarrollo de los recursos locales (Muchnik, 2012: 28); y como herramienta de planificación para las instituciones, en la medida en que constituye una metodología para la activación de los recursos locales a partir de proyectos de desarrollo (Sanz-Cañada y Muchnik, 2011: 10).

Existen cuatro grandes áreas de estudio en el marco de este enfoque que dan cuenta de su amplitud y al mismo tiempo de su especificidad que lo diferencia respecto a otros enfoques de base territorial: (1) la gobernanza y en particular la integración territorial de las actividades agroalimentarias (superando la noción lineal tradicional); (2) los procesos de innovación y difusión de saberes en el campo de transformación de los productos agrarios; (3) las fases de la *filière* aguas abajo (principalmente los consumidores y sus referencias identitarias); (4) los procesos de calificación (Muchnik *et al.*, 2008). Este trabajo pretende aportar evidencia y conocimientos en esta última línea de trabajo y en particular en los procesos de construcción de DO/IG y su contribución al desarrollo territorial.

Las DO/IG pueden contribuir con el desarrollo territorial, entendido “como un proceso de transformación productiva, social e institucional en un espacio territorial determinado” (Schetjman y Berdegué, 2004: 32-33). La transformación productiva, a partir de la diferenciación por calidad, permite articular la economía del territorio a nuevos mercados; al respecto, el desarrollo institucional se entiende como la interacción y la concertación de los actores promoviendo oportunidades para que la población participe del proceso y de sus beneficios.

Mediante la implementación de DO/IG, los SIAL agregan valor sectorial y/o territorial (Sylvander, 2004: 26-28; Arfini *et al.*, 2011: 40-41), pues mediante la elaboración de productos locales agroalimentarios de calidad se llevan adelante estrategias de organización colectivas para difundir innovaciones orientadas a la organización y control de sistemas de calidad, comercialización conjunta, realización de campañas de promoción y otros factores (Sanz-Cañada y Macías-Vázquez, 2008: 159). Dependiendo de la magnitud de tales efectos se diferencia entre estrategia territorial –cuando participan todos los actores del territorio contribuyendo al desarrollo de actividades diversas y nuevas interacciones entre múltiples tipos de actores–, o la estrategia sectorial o de cadena –la cual se remite a la participación de los actores del sector con débiles relaciones interinstitucionales– (Pacciani *et al.*, 2001: 14; Tregear *et al.*, 2007: 19-21).

La difusión de innovaciones y conocimientos se realiza principalmente vía las acciones desarrolladas por los Consejos Reguladores. Estos pueden llegar a constituirse en polos integradores y coordinar localmente las actividades interprofesionales referidas principalmente a la difusión de calidad, pero también de innovaciones y conocimiento en general, sin cuya presencia las redes locales podrían desmembrarse (Cendón *et al.*, 2014: 879-880; Cendón, 2016: 156-158).

La diferenciación de recursos territoriales también genera una transformación social y cultural, en la medida que este proceso tiende a la construcción de señales para que los consumidores puedan percibir la diferencia entre productos, siendo valorados por la población local y, de forma integral, contemplen aspectos identitarios, técnicos y culturales (Champredonde y Silva Borba, 2015: 9).

Al respecto, existen varios antecedentes referidos a metodologías recomendables para el acompañamiento y animación de estas experiencias, pero no se evidencia la misma producción en metodologías para analizar y valorar estos procesos de implementación y los efectos de las mismas, principalmente en América Latina y en Argentina en particular.

En cuanto a las metodologías de animación, se proponen enfoques de tipo comprensivos y constructivos (Champredonde y Silva Borba, 2015: 59). Estas propuestas en general plantean partir de los objetivos de los actores locales y/o instituciones; identificar los recursos territoriales; diagnosticar su vínculo con el territorio; caracterizar el contexto y construir estrategias de valorización o calificación (donde las IG son una de las posibles), y

desarrollar vías diferenciales de comercialización, organización de festividades, ferias, rescate de espacios institucionales, entre otros (Vandecandelaere *et al.*, 2010: 3-6; Champredonde, 2016: 30-32). La activación de los Siales posee distintas etapas en torno a las acciones colectivas desarrolladas. En un primer momento de tipo “estructurales” (referidas a la creación de un grupo, la constitución de una asociación de productores, una cooperativa), pasando por “acciones colectivas funcionales” (vía una estrategia de valorización, la construcción de un recurso territorializado en relación con la calidad tales como marcas colectivas, IG/DO), hasta la creación de un mecanismo de coordinación de todos los actores territoriales de tipo híbrido, articulando los niveles horizontales con la cadena productiva (Boucher y Requier-Desjardins, 2005: 9).

En cuanto a los antecedentes referidos a la valoración de efectos de signos de calidad territorial destaca, en el ámbito europeo, el estudio de los efectos económicos, en relación a precios, costos y mercados (Barjolle y Sylvander, 2000: 50; Belletti *et al.*, 2007: 116-119), el análisis de los procesos de innovación (Sanz-Cañada y Macías-Vázquez, 2005: 481; Cendón *et al.*, 2014: 877; Chiffolleau y Touzard, 2014: 20-21) y el estudio de externalidades positivas y negativas de la implementación del sistema. Respecto a las primeras, destaca la posibilidad de desarrollo de un mercado de insumos, preservación de la biodiversidad, contribución al capital social, patrimonio gastronómico local, promoción de la imagen de la región y estrategias de diversificación productiva; mientras que dentro de las externalidades territoriales negativas, se hace mención a los problemas agroambientales y de exclusión social relacionadas con los procesos de calificación (Paus y Reviron, 2011: 22-24; Muchnik *et al.*, 2008: 515-517).

Este trabajo pretende entonces sistematizar las experiencias de Argentina y avanzar en una valoración de estos procesos a partir de las siguientes dimensiones de análisis, que nos aproximan al estudio y valoración de la implementación de signos de calidad territorial:

- **Transformación productiva:** mediante estas herramientas se produce una transformación productiva de los productores involucrados que pueden llegar a involucrar el SIAL en su conjunto, vía el aseguramiento y la definición de una calidad diferencial territorial y los controles de calidad asociados, el reforzamiento de sistemas de trazabilidad e inocuidad, el acceso a nuevos mercados y canales dinámicos, la posibilidad de acceder a rentas de diferenciación y en general los procesos de innovación a que da lugar.

- **Transformación institucional:** la implementación de una IG requiere de una interacción participativa entre todos los actores involucrados en la cadena de valor para la definición de la calidad diferencial, plasmada en protocolos comunes o pliego de condiciones, determinar los vínculos con el territorio y sus estrategias de valorización. Además, los productores establecen vínculos con instituciones y actores externos en los ámbitos económico, político, social y científico en el desarrollo del proceso de calificación y puesta en marcha del signo territorial.

- **Transformación social:** estos procesos también dan cuenta de una transformación social, ya que los productores valorizan y rescatan su saber hacer, al tiempo que involucra a la sociedad, a los consumidores en el rescate y cuidado de los productos patrimoniales que constituye parte del patrimonio local.

Además de estas tres dimensiones principales del desarrollo territorial, resulta necesario considerar los procesos de inclusión/exclusión que pueden generar estos procesos, así como las externalidades y las políticas públicas que pueden fomentar o ralentizar estas herramientas.

Los procesos de exclusión se generan porque los productores no cuentan con la capacidad de adaptación (medios financieros) o por la propia definición de los códigos de prácticas (conflicto proceso industrial-artesanal) del área geográfica que abarca (Belletti y Marescotti, 2011: 80-82) o bien del mercado al que se destinaría el producto calificado (Champredonde *et al.*, 2014: 42).

Dentro de las externalidades se incluye la activación de otras actividades y eventos que surgen en torno a la IG/DO, tales como ferias y festividades que promueven el turismo y la gastronomía local, ampliando el mercado para el conjunto de las actividades productivas y la reputación territorial.

Las políticas públicas desempeñan una función importante a lo largo del proceso de implementación (marco jurídico-institucional propicio) y en su puesta en funcionamiento una vez obtenido el reconocimiento oficial, siendo fundamentales para incluir estas herramientas en propuestas más amplias de desarrollo territorial (Vandecandelaere *et al.*, 2010: 161-165; Tregear *et al.*, 2007: 18-21).

Para responder el objetivo planteado, se realizó una investigación de tipo cualitativa a partir de la revisión y sistematización de fuentes secundarias y primarias. Las unidades de análisis de la presente investigación son los ocho casos de IG/DO que han obtenido la certificación en Argentina. Para su estudio, se llevó a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica, análisis de ordenanzas y actas de la Comisión Nacional Asesora (CNA), consulta de páginas webs institucionales (Ministerio de Agroindustria, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Red SIAL), de los Consejos de Promoción/Regulación, así como de productores y empresas involucradas en la certificación. La información primaria se obtiene mediante la asistencia a cursos, jornadas, foros y talleres en el marco de la Red SIAL, del Programa Nacional de los Territorios (INTA) y del Programa de Agregado de Valor del Ministerio, así como festividades y entrevistas a informantes claves (como técnicos involucrados, representantes de instituciones públicas, miembros del consejo asesor/promotor y de la CNA) realizadas en el marco de trabajos de investigación previos (proyectos de investigación de INTA/UNMDP (Universidad Nacional de Mar del Plata).

Es importante destacar que esta propuesta metodológica requiere de un análisis a través del tiempo, ya que precisamente estas iniciativas son relativamente recientes y deben ser entendidas como un proceso, inserto en territorios definidos como “espacios construidos socialmente, marcados culturalmente y regulados institucionalmente” (López y Muchnik, 1997). Es decir, que se encuentran en continua evolución, tal como ocurre con las propias instituciones formales e informales que estructuran el mismo.

Resultados y discusión

El marco regulatorio-institucional de las IG/DO en Argentina

Las Indicaciones Geográficas tienen su origen en las medidas establecidas por los países mediterráneos de Europa a fines del siglo XIX, orientadas a la represión y/o embargo de mercancía cuyas indicaciones de procedencia sean falsas o engañosas. En un principio, estuvieron contempladas en leyes nacionales y tratados bilaterales, orientados a la protección de los vinos y posteriormente se trasladaron a los productos agrícolas y agroalimentarios.

Desde fines del siglo XIX, estas medidas se instalan en el ámbito internacional, en el marco de los acuerdos multilaterales Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883) y Arreglo de Madrid (1891), como derechos de propiedad intelectual o como embargo o prohibición de importación de productos de falsa procedencia. No obstante, recién a mediados del siglo XX aparece la primera definición de una Denominación de Origen para el sector vitivinícola y casi diez años después, se firma el primer tratado internacional que protege las DO para productos agrícolas y alimenticios (Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional de 1958).

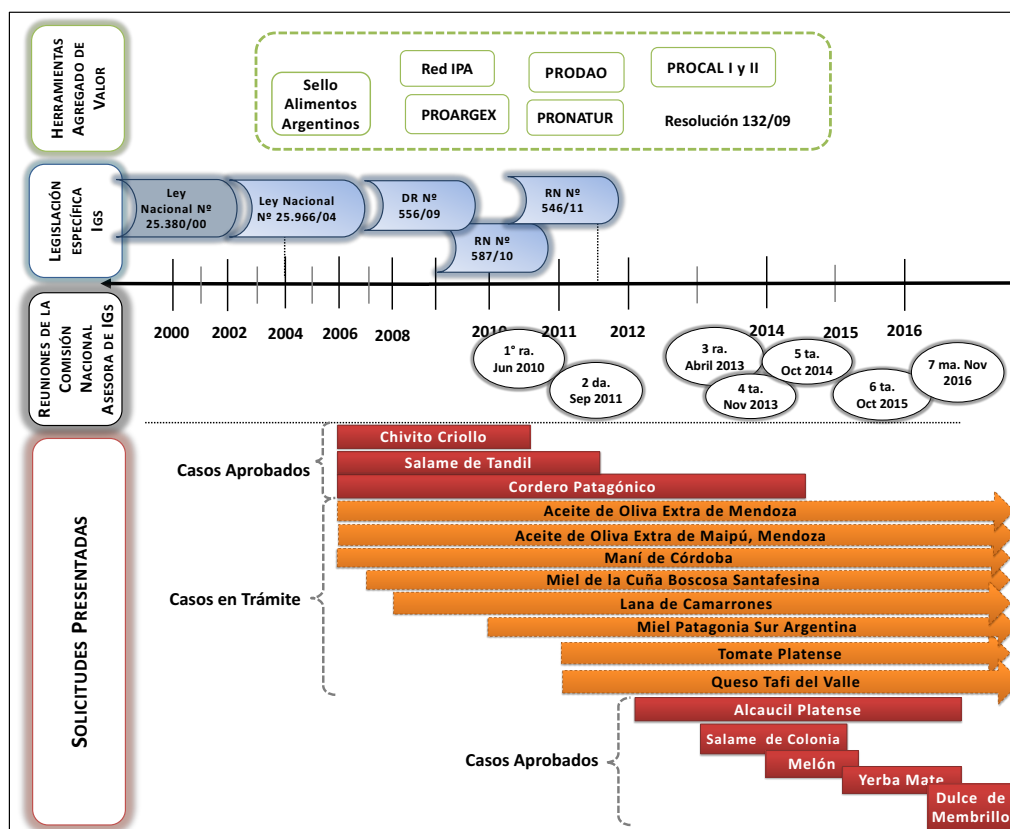
Los primeros organismos encargados de velar por la protección fueron la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual⁵ (OMPI) y la Oficina Internacional de la Viña y el Vino (OVI). Sin embargo, dado que los acuerdos mencionados no logran combatir las falsificaciones (Simões y Velarde, 2008: 4; Giovannucci *et al.*, 2009: 42-48), hacia fines de los años 70 comienza a instalarse la protección de los derechos de propiedad intelectual en el ámbito del comercio internacional. Así, las Indicaciones Geográficas adquieren amplia difusión y relevancia a nivel mundial, una vez que se celebra el Acuerdo sobre Aspectos Relacionados con el Comercio de Derechos de Propiedad Intelectual (ADPIC) en el ámbito de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 1994 (Simões y Velarde, 2008: 1-3).

⁵ Desde 1967 la OMPI, dependiente de la Organización de las Naciones Unidas, se encarga de administrar el Convenio de París, el Arreglo de Madrid y el de Lisboa, entre otros, y de llevar el Registro Internacional de las Indicaciones Geográficas.

En 1992 en Europa se unifican las diferentes normativas que venían implementando los Estados miembros, mediante el Reglamento N° 2081/92 (y posteriormente su reforma del año 2012) relativo a la protección de Indicaciones Geográficas para productos agrícolas y alimenticios, en el marco de la Política Agrícola Común (PAC).

En Argentina, a diferencia de los países europeos, la normativa referida a Indicaciones Geográficas es mucho más reciente. Asimismo, el marco regulatorio se constituye en relación a un conjunto de políticas públicas en torno al fomento de herramientas de agregado de valor (Programa Nacional de Agregado de Valor, Resolución 132/2009)⁶ (Figura 1).

Figura 1. Marco Regulatorio Institucional de las Indicaciones Geográficas, casos presentados y aprobados en Argentina (2000-2016)



Fuente: elaboración propia.

⁶ Incluye los siguientes programas: Calidad y Diferenciación de los Alimentos (PROCAL), Promoción de Exportaciones de Alimentos Argentinos (PROARGEX), Turismo Rural (PRONATUR), Producción Orgánica (PRODAO), sello alimentos argentinos, información y servicio para las Pequeñas y Medianas Empresas Alimentarias (Red IPA).

El marco específico de las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen para los productos agrícolas y alimenticios, se establece en la Ley N° 25.380/00 y su correspondiente modificatoria N° 25.966/04. Casi diez años después, se reglamenta la normativa (Decreto Reglamentario N° 556/2009), se crea la Oficina de Registro de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen (OR) en el ámbito del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca⁷ (Resolución N° 587/10) y se constituye y pone en funcionamiento la Comisión Nacional Asesora de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen (CNA) (RN N° 587/10), tal como se esquematiza en la Figura 1.

La OR se propone impulsar el reconocimiento de nuevos productos, de recibir las solicitudes, fomentar las herramientas y acompañar a los interesados con asesoramiento legal y técnico. Por su parte, la CNA integrada por representantes de las provincias e instituciones competentes en diferentes temáticas vinculadas a la calidad de los alimentos (INTI, SENASA, INTA, IPAF), ha realizado desde su creación un total de seis reuniones de carácter anual, donde se evalúan las solicitudes, se realizan observaciones y recomendaciones a los interesados y se asesora a la autoridad de aplicación en la aprobación de los sellos.

Hasta fines del 2016 se registraron un total de 16 solicitudes. Las primeras iniciaron sus expedientes en el año 2006, una vez establecida la normativa. Sin embargo, el primer sello de calidad diferencial fue otorgado, luego de sancionado el decreto reglamentario en el año 2009, para Chivito Criollo del Norte Neuquino, en el marco de la Primera Reunión de la CNA. Desde entonces se han aprobado siete signos más (Figura 1).

Las ocho Indicaciones Geográficas reconocidas en Argentina por el Ministerio de Agroindustria son heterogéneas en cuanto al tipo de producto, la trayectoria seguida durante el proceso de valorización, la región geográfica y los actores que intervienen (Tabla 1). El proceso de construcción conlleva un tiempo relativamente prolongado, tratándose de un proceso dinámico en el que se interrelacionan elementos socioculturales, agroecológicos, jurídicos y económicos.

Los primeros expedientes (chivito, salame de Tandil y cordero patagónico) abarcaron en promedio cinco años, mientras que los restantes fueron aprobados en el plazo de un año. Esto se explica por las mayores limitantes enfrentadas en los inicios, debido a la falta de reglamentación, las controversias entre las interpretaciones de la normativa y la escasez de competencias profesionales para la conformación de los equipos técnicos para apoyar y acompañar las diversas presentaciones, que se fueron superando conforme se afianzaba el proceso. No obstante, algunos autores aún remarcan la falta de conocimiento de la propia existencia de los instrumentos y su posibilidad de constituirse en promotora del desarrollo (Simões *et al.*, 2010: 7-8; Champredonde *et al.*, 2015: 148).

⁷ A partir del 10 de diciembre del 2015 Ministerio de Agroindustria.

Tabla 1. Indicaciones Geográficas reconocidas en Argentina y sus principales características

Producto	Expediente		Calificación obtenida	Región	Causa, motivación	Antecedentes	Actores Claves
	Año inicio	Año obtención					
Chivito	2006	2010	DO	Patagonia	Usurpación, consumidor	Desde 1997	INTA/ Municipalidad
Salame de Tandil	2006	2011	DO	Pampeana	Usurpación	Desde 1995	Productores
Cordero Patagónico	2008	2014	IG	Patagonia	Diferenciación económica	-	Cámara
Salame de Colonia	2013	2014	IG	Pampeana	Imitaciones, usurpación	Desde 2006	INTA/ Municipalidad
Melón	2014	2014	IG	Cuyo	Protección	Desde 2012	Gobierno Pcial.
Alcaucil	2012	2016	IG	Pampeana	Protección	Desde 1994	Productores/ UNLP
Yerba Mate	2015	2016	IG	Nordeste	s/d	s/d	Instituto Nacional de la Yerba Mate
Dulce de Membrillo	2015	2016	DO	Cuyo	s/d	Desde 2000	Gobierno Pcial.

Fuente: elaboración propia.

De un total de ocho productos, tres son calificados como DO y los cinco restantes son IG, el 40% corresponde a la región pampeana, 25% a Patagonia, otro 25% a Cuyo y el 10% restante al Nordeste. Gran mayoría de los casos poseen experiencias previas de trabajo conjunto previos a la generación de los expedientes de IG/DO. Algunos casos datan desde los años 90, es decir, los procesos de calificación parecían ser una evolución de la acción colectiva. Tales antecedentes se enmarcan en acciones de investigación-extensión de Universidades y de INTA, así como de grupos de Cambio Rural.

En general, los procesos de calificación son impulsados desde los gobiernos locales/provinciales o desde las instituciones, con la participación de los productores con distinto grado de involucramiento.

Las principales motivaciones que explican los procesos de calificación son las imitaciones y usurpaciones de las cuales es objeto el producto a proteger, que provoca la degradación de la imagen (salame de Tandil, salame de Colonia, chivito) y la consiguiente dificultad o imposibilidad por parte del consumidor para distinguir el producto por la vista. Otras causas remiten a la posibilidad de acceder a un diferencial económico (cordero patagónico), la disminución de la producción, de la participación en el mercado y de la reducción de la superficie implantada como amenazas al sostenimiento de la producción (alcaucil de La Plata y melón de Media Agua), surgiendo la necesidad de proteger el producto y las zonas productoras a través de sellos de diferenciación.

La contribución en torno al desarrollo territorial de las IG aprobadas en Argentina a partir del análisis de la transformación productiva, institucional y social/cultural

Los procesos de calificación de las DO/IG son procesos colectivos, pero que presentan diferencias en el grado de involucramiento y participación, así como en su contribución en torno al desarrollo territorial. Estos procesos colectivos son catalizados en mayor o menor medida por instituciones –principalmente INTA, Municipios y Universidades– (Tabla 2).

La transformación productiva se estudia a partir de los mercados e innovaciones desarrolladas a partir de la implementación de IG. Los principales canales de comercialización son la venta directa en el propio local del elaborador o en la quinta de producción, representando la máxima relación directa entre productor-consumidor, con el establecimiento de un marco de confianza basado en el contacto personal, que permite una valoración inmediata del producto. Este canal suele asociarse con la venta en negocios de productos regionales y ferias. Así, tal como afirman ciertos autores, estos productos no solo se compran para comer sino también para regalar, para recordar, y van asociados a canales particulares de comercialización (Espeitx, 2004: 206-208).

En lo que respecta al destino geográfico de la producción certificada, en la mayoría de los casos se orienta principalmente al mercado local seguido por el regional. La excepción la constituye el chivito para el cual el mercado regional supera al mercado local, dado que el mercado de consumo se encuentra en las zonas turísticas del sur de la provincia de Neuquén y oeste de Río Negro. El acceso al mercado nacional está condicionado por el tipo de habilitaciones de los productores y/o comercializadores. En la mayoría de los casos los productores son principalmente pequeños y medianos, con habilitación municipal y en algunos casos provincial. Ahora bien, la baja participación en mercados nacionales y la escasa notoriedad de los productos con DO, más allá de las proximidades de su lugar de producción, también se presenta en las DO europeas. Los autores expresan, entre otras razones, la amplia proliferación de DO y la consecuente competencia entre las mismas y la confusión en el consumidor, las escasas experiencias de comercialización a cierta escala y la mínima inversión en estructuras comerciales y actividades de promoción intensivas por parte de las empresas (Sanz-Cañada, 2009: 281-282; Barjolle y Sylvander, 2000: 53; Arfini *et al.*, 2011: 40-41; Arfini y Capelli, 2009: 11-22; Cendón, 2016: 199-203).

Estos procesos analizados también producen transformaciones productivas en el marco de la introducción de un buen número de innovaciones en procesos, productos, organizacionales y comerciales. A partir de la construcción de los protocolos se desarrollan talleres, se solicitan estudios técnicos y, como consecuencia, no solo se logra definir la vinculación del producto con el territorio, la historia y las prácticas sociales y saberes, sino además se implementan buenas prácticas agrícolas y de manufactura, junto a la trazabilidad. Esto se evidencia en los casos del salame de Colonia Caroya (Alderete Salas *et*

al., 2013: 1) y de Tandil (Bruno *et al.*, 2015: 6-8). Mediante estas capacitaciones, los elaboradores comprenden prácticamente los peligros físicos, químicos y biológicos e implementan controles y, principalmente, registros (temperatura, humedad, pH) (Alderete-Salas *et al.*, 2013: 3).

En cuanto a las innovaciones de producto, abarcan no solo la selección de materias primas e insumos diferenciales, sino también la imagen del producto, el embalaje y la forma de presentación, aspectos que resultan centrales pues indican cambios en las lógicas de consumo. Estos cambios se asocian con innovaciones comerciales, como la introducción de actividades de promoción, canales específicos y la difusión particular para los productos con DO asociada a la introducción de páginas web y redes sociales (como por ejemplo Facebook). Las innovaciones en proceso y comerciales también dan cuenta de innovaciones organizacionales, por un lado, en relación con la incorporación de registros (asociada a la trazabilidad) y por otro lado, con la logística y la introducción de nuevos conocimientos en cuanto a la promoción y venta del producto con DO.

Una dimensión importante que se desarrolla a partir de estos procesos es la transformación institucional vía las acciones colectivas desarrolladas y la construcción y fortalecimiento de redes de innovación y promoción. Las acciones colectivas se estudian en tres dimensiones. La primera comprende la organización inicial de los productores para la resolución de distintos problemas que enfrentan (conformación de mesas de desarrollo, asociaciones) y la valorización de los recursos territoriales vía sellos de calidad. Esto último se presenta con la constitución de Consejos Reguladores para los casos de las DO y Consejos de Promoción para los casos de las IG, pudiendo ser interprofesional incluyendo todas las fases de elaboración (salame de Tandil, chivito), o ser profesional cuando solo involucra a los actores directamente relacionados con el producto valorizado (salame de Colonia, alcaucil, membrillo, melón, yerba).

La segunda dimensión de las acciones colectivas refiere al propio proceso de valorización que incluye la identificación y caracterización del producto, la delimitación geográfica, la definición del protocolo de elaboración y los trámites necesarios para su solicitud. En los casos analizados es posible observar diferentes niveles de participación de los productores, desde construcciones altamente participativas (chivito, salame de Colonia, melón), hasta casos donde el proceso es coordinado por un representante y/o coordinador con una menor o nula participación de los productores (cordero, salame de Tandil, alcaucil). No obstante, en todos los casos intervienen, en los distintos estadios del proceso de construcción, diferentes instituciones que acompañan los procesos, los dinamizan, realizan estudios técnicos (físico-químicos, sensoriales, geográficos, históricos, organolépticos, etc.) y/o financian distintas actividades.

En cuanto al tercer nivel de acciones colectivas, en ningún caso se verifica la creación de un mecanismo de coordinación de todos los actores territoriales. En su lugar se pueden identificar acciones conjuntas que abarcan desde la organización de la producción y

auditorias (salame de Tandil), la participación en eventos de comercialización y promoción conjunta (alcaucil, melón, salame de Colonia) hasta el desarrollo de capacitaciones que pueden extenderse a toda la cadena de producción territorial. En algunos casos, las dificultades de su implementación y nula actividad, está asociada a conflictos preexistentes entre los actores y el bajo poder de negociación de los productores, que persisten una vez obtenido el sello.

Si bien en los casos presentados se observan diferentes niveles de participación, en todos se desarrollan y/o profundizan redes de innovación, integradas por actores públicos y privados del ámbito científico, organismos gubernamentales y productivos. Ello facilitó la gestión de proyectos para la asistencia técnica-integral, para el agregado de valor, la animación de los procesos, el diseño e impresión de folletería y etiquetas, junto al acceso a canales de comercialización. En el caso particular del melón, estos proyectos también viabilizaron inversiones conjuntas como el banco de semillas (para disminuir la dependencia de intermediarios de insumos) o la adquisición de un galpón y línea de empaque.

La densidad de las redes interinstitucionales también se explica por las políticas públicas que se ponen en marcha en torno al agregado de valor. Destaca la intervención del PROSAP y del PROCAL, que financian las actividades de identificación, caracterización de los productos y en la construcción de sellos de calidad de los casos analizados. Ya en cuanto a la dimensión de transformación social y cultural, parecería que los consumidores no participan en estos procesos de calificación; por el contrario, son incorporados *ex post* (vía degustaciones, catas, fiestas, etc.) cuando los productores se enfrentan con limitaciones para la venta del producto con DO. Los consejos reguladores y promotores organizan catas, degustaciones y talleres en distintos eventos, que en algunos casos involucran a las comunidades educativas. Además, desarrollan diferentes estrategias de valorización de los productos con identidad territorial, que incluyen folletos, publicidades, programas televisivos, eventos gastronómicos. Estas acciones contribuyen a la patrimonialización de la cultura alimentaria del territorio y la identidad colectiva (Espeitx, 2004: 194-195), encontrándose en el desarrollo turístico y gastronómico, principalmente en el marco de las fiestas locales. Algunas de estas últimas poseen una larga trayectoria que se remontan a fines de los años 70 y 80 (como el caso del salame de Colonia y chivito), mientras otras están relacionadas al proceso de calificación y son relativamente recientes (alcaucil).

En lo que respecta a procesos de inclusión y exclusión, en los casos que se dispone de información, se presenta un nivel de participación en la construcción del proceso de valorización importante (entre 25% y 60% del total de productores), pero este porcentaje disminuye fuertemente si consideramos los que efectivamente comercializan con DO y menor aún si se considera el volumen respecto a los productos sin DO. Problemas similares se presentan en otros espacios geográficos como en México, donde los productos amparados con IG (como el Queso de Cotija) presentan dificultades para su comercialización por ser más caros, lo que termina siendo beneficioso para los productos que llevan inscrito “tipo a...” (Poméon *et al.* 2008: 16-20).

	VARIABLES	Salame de Tandil	Chivito Criollo del Norte Neuquino	Alcaucil	Cordero Patagónico	Melón de Media Agua	Salame de Colonia Caroya	Yerba Mate	Membrillo Rubio de San Juan	
Transformación productiva	Canales	Local propio, negocios de pto. regionales, ferias locales y nacionales	Venta directa en campo y acopiadores (sin DO)	Supermercados venta directa en quintas y fiesta local	S/d	Venta directa en quintas y feria local	Local propio y feria local	s/d	s/d	
	Mercados	75% local, 25% nacional	25% local, 75% regional	25% local, 50% regional y 25% nacional	S/d	100% local	100% local	s/d	s/d	
	Evolución producción	+	-	+	-	+	+	s/d	+	
	Innovaciones y mejora de la calidad	Innovaciones en producto	Tamaño, atado, envasado al vacío, presentación	Mejoramiento raza. Cobertura grasa renal >= 0,5			Mejoras genéticas	Presentación no aditivos		Presentación
		Innovaciones en proceso	BPM - > tiempo de secado, materias primas seleccionadas, tocino cubeteado	Inversiones en corrales, mayor capacidad de frío y procesado, bienestar animal	Tecnificación de la producción, BPA		Incorporación de Línea de Empaque. Control del Proceso. BPA	> tiempo de maduración 21 días - 30% merma - análisis		
Innovación organizacional		Trazabilidad	Producción bajo un protocolo	Cuadernos de campo		Cuadernos de campo	Trazabilidad - BPM			
Innovación comercial		Ferias, fiestas, promoción, pagina web, redes sociales (activa)	Fiestas. Débil actividad en redes sociales	Fiesta del Alcaucil, página web	Redes sociales (poco usada)	Ferias, fiestas, redes sociales (muy activa)	Ferias, talleres.	Página web, redes sociales (activa)	Redes sociales (muy activa)	
Transformación institucional	Acción colectiva	Estructural	Consejo Regulador Interprofesional (2 criaderos de cerdos, 3 productores bovinos, 5 fábricas, comercio)	Consejo Regulador Interprofesional (9 productores, 1 matadero, 2 comercializadores)	Creación Cooperativa de Producción Hortícola. Consejo de Promoción Profesional (9 productores)	Consejos Provinciales y Comité Regional (productores y cámara de frigoríficos ovinos)	Asoc. Civiles o Cooperativas. Mesa para el Desarrollo del Melón de Sarmiento. Consejo de Promoción (20 productores)	Logran establecer confianza y vínculos entre productores. Consejo de Promoción Profesional (14 elaboradores)	Comité Promotor (12 elaboradores, 12 Escuelas Agro-técnicas)	

	Funcional	Construcción del Protocolo coordinado por el representante del Consejo	Marca Comercial. Protocolo de Producción Participativo (talleres)	Protocolo de Producción	Protocolo de Producción	Banco Rotatorio de Semilla. Marca Comercial. Protocolo de Producción Participativo	Protocolo de Producción participativo coordinado por INTA.	Protocolo	Construcción del Protocolo (interinstitucional)
	Gobernanza territorial	Organización de la producción (para abastecimiento de la materia prima, coordinación de auditorías)	Dificultades para la puesta en marcha y salida de actores	Capacitaciones Comercialización de forma conjunta	s/d	Comercialización conjunta, capacitaciones	Actividades de comercialización y promoción conjunta, capacitaciones	Capacitaciones	Capacitaciones, promoción
	Redes de innovación y promoción	UNICEN; Municipalidad, Ente Mixto de Turismo, Centro IDEB, Mesa Porcina Local, PEA Tandil, Junta de Estudios Históricos de Tandil, UBA, SEPYME, Ministerios de Agroindustria. PROCAL	Municipalidad (Control de calidad), Instituciones Educativas, INTA	UNLP, INTA y PROSAP. Intercambio con productores de Italia, viajes a otras zonas productoras	Articulación para la presentación formal: CA.FR.O.P.A.T, FIAS, Soc. Rural de Río Gallegos	Escuela Agrotécnica Sarmiento, Municipalidad, INTA, MINCYT. Cambio Rural II, PROCAL, Proyecto PRODEAR, PROSAP	Municipio (Veterinaria) - INTI - FAO - INTA - UNQ - RIMISP - PROCAL -	INTA, UNaM y INYM. PROCAL - PROSAP - PRASY	Escuelas Agrotécnicas San Juan; UECPRA, Gobierno pcial.; INTA, IIT-MPyDE, UCCuyo. PROCAL
Transformación social/cultural	Estudios de mercado, talleres degustación	Concurso del Salame, Cata Provincial de Chacinados, Exposición y degustación	Talleres en escuelas, degustaciones en fiestas			Catas en las Fiestas Nacionales	Degustaciones y ferias		
	Estrategias de Reconocimiento de Productos con Identidad Territorial	Monumento al Salame. Fiesta de la Sierra, del Folklore y del Salame. Capacitaciones en marketing, folletos, programas gourmet	Elemento de sociabilización, se consume para festividades etc. Fiesta Nacional del Chivo	Jornadas de capacitación de venta mayorista. Fiesta del Alcaucil		Fiesta del Melón, folletos. publicidad, programas Gourmet, foros y eventos especializados	Fiesta Provincial del Salame de ColoniaCaroya fotos y video institucional, programas Gourmet	Fiesta de la Yerba Mate, otros eventos	
	Productores IGs / Productores total	60%	25%	23%	s/d	30%	50%	10%	s/d

Conclusiones

Las experiencias de valorización son procesos complejos que pueden contribuir con el desarrollo territorial durante la propia construcción y/o en la implementación del sello. Durante el proceso pueden producirse entradas y salidas de participantes e incluso, una vez obtenido el reconocimiento oficial, puede ser utilizado por un número reducido o nulo de productores. Es decir, la obtención de la certificación no implica el éxito de estas herramientas, pues no solucionará los problemas previos, sino incluso puede llegar a profundizarlos.

Estos procesos son animados por equipos de investigación interdisciplinaria con competencias profesionales específicas, que en nuestro país se han conformado, en varios casos, vía proyectos de investigación y extensión de Universidades, INTA, INTI y el fomento de gobiernos locales, provinciales. En este sentido, Boue y Champredonde (2014: 241) consideran que el municipio debe alentar a los productores a certificar y a los consumidores a entender qué es una IG, junto a las ventajas de consumir un producto certificado. Ello, utilizando diferentes acciones mediante la ayuda financiera o a través de una campaña masiva de difusión.

Si bien las IG tienen como objetivo el rescate de productos con anclaje histórico, natural y social, en el caso de las IG argentinas vemos la introducción de innovaciones en productos y procesos, tanto organizacionales como comerciales. Dentro de estas estrategias destaca la incorporación de registros, para garantizar la trazabilidad y el cumplimiento del protocolo, además de las innovaciones organizativas-comerciales para la promoción y difusión del producto.

Tales procesos son de tipo colectivo y permiten la organización de los productores, generándose entramados institucionales, ya sea para la construcción del protocolo como para las actividades de promoción y difusión. No obstante, no se observan estrategias de tipo territorial que involucren al conjunto de los actores, articulando los niveles horizontales con la cadena productiva y contribuyendo al desarrollo de actividades diversas. Respecto a las transformaciones sociales, las IG implican, en cierta medida, procesos de patrimonialización vía la valorización de los productos con identidad territoriales, a partir de acciones como ferias, eventos gastronómicos, fiestas locales, publicidad en diferentes medios de comunicación masiva y jornadas especializadas.

En Argentina estas herramientas se desarrollan en el marco de un conjunto de políticas públicas que fomentan el agregado de valor, la producción agroecológica, el turismo rural, y la gestión de la calidad y diferenciación de la industria agroalimentaria nacional y, en particular, a los agricultores familiares y las micro, pequeñas y medianas empresas. Tal marco jurídico-institucional favoreció los procesos de calificación de productos agrarios y agroalimentarios, que si bien son procesos relativamente recientes, han alcanzado cierta

difusión e implementación en el contexto latinoamericano. La dinámica de estas herramientas de desarrollo territorial pueden verse influenciadas según las variaciones del contexto económico y las políticas públicas desarrolladas.

Más, aun cuando entre los objetivos de estos instrumentos se encuentra el mantenimiento y desarrollo de las pequeñas producciones, también se genera la exclusión de productores. Dicho fenómeno se produce porque existen altos niveles de informalidad, limitaciones para el acceso a créditos, dificultades para cumplir con las normativas de inocuidad y/o del protocolo de producción (Simões *et al.*, 2010: 7-8). Sin embargo, tal como se demostró en el presente trabajo, los productores que no participan de la implementación de las IG pueden ser beneficiados de las mejoras que se dan en el sistema local (externalidades positivas) a partir de la valorización de un recurso territorial (Belletti *et al.*, 2015: 97), con actividades de innovación, capacitaciones, promoción y valorización del producto con identidad territorial; la activación de otras actividades (turismo, gastronomía), eventos (ferias, festivales) y la ampliación de mercados para otros productos complementarios y/o sustitutos.

No existen fuentes de información que permitan evaluar el desempeño comercial o los resultados económicos de estos instrumentos, en parte, debido a que se trata de procesos relativamente recientes. Pero el éxito comercial por sí solo tampoco es un buen indicador de la contribución al desarrollo territorial; tal es el caso del tequila en México, que cuenta con una amplia penetración en los mercados internacionales pero las rentas diferenciales son captadas por pocos actores externos y con una sobreexplotación de los recursos (Bowen y Zapata, 2009).

Contribuyendo a esta reflexión resulta de interés rescatar la propuesta de Champredonde y González (2016: 152-153), quienes proponen un abordaje integral de los procesos de valorización, al incluir los efectos del producto calificado, de un espacio geográfico, de sus recursos naturales y de los sujetos que lo generan. Al respecto, aún es necesario avanzar en la valorización de casos y en aportes metodológicos, tal como propone Cendón (2016), quien considera indicadores económicos, de innovación, calidad, medioambientales y relacionales para evaluar los efectos de la implementación de DO a partir del caso de aceite de oliva en España, siendo necesario adaptar tales propuestas a otros productos y contextos territoriales o espaciales.

Implementar estas herramientas de valoración multidimensional de un producto y su territorio requiere de actores movilizados, consumidores interesados, capacitados y conscientes y del acompañamiento de un equipo de intervención. Junto con ello, las relaciones de confianza, colaboración y diversas actividades conjuntas en torno al control de calidad y promoción del producto, profundizan, sin duda, las acciones colectivas.

Bibliografía

Alderete Salas, S., Iriarte, D. y Pilatti, L. (2013). “Sistematización de experiencias de capacitación para la incorporación de aspectos de inocuidad, en los procesos de valorización de alimentos por su vínculo con el territorio”. Ponencia presentada en *VIII Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales*. Buenos Aires, Argentina, octubre-noviembre.

Arfini, F. *et al.* (2011). “Current Situation and Potential Development of Geographical Indications in Europe”. En Barham, E. y Sylvander, B. (eds.). *Labels of Origin for Food. Local Development, Global Recognition*. Chippenham, CABI International: 29-44.

Arfini, F., y Capelli, M.G. (2009). “The Resilient Character of PDO/PGI products in Dynamic Food Markets”. *EAAE Seminar*. Chania, Crete, Grecia, septiembre.

Barjolle, D. y Sylvander, B. (2000). “Some Factors of Success for Origin Labelled Products in Agri-Food Supply Chains in Europe: Market, Internal Resources and Institutions” En Sylvander B., Barjolle D. y Arfini F. (eds.). *The Socio-Economics of Origin Labelled Products in Agrifood Supply Chains: Spatial, Institutional and Coordination Aspects*. Le Mans, EAAE Seminar: 45-71.

Becattini, G. (1990). “The Marshallian industrial district as a socio-economic notion”. En Pyke, F., Becattini, G. y Sengenberge, W. (eds.). *Industrial Districts and Inter-firm Cooperation in Italy*. Genova, International Institute for Labour Studies: 37-51.

Belletti, G. Marescotti, A., Sanz-Cañada, J. y Vakoufaris H. (2015). “Linking Protection of Geographical Indications to the Environment: Evidence from the European Union Olive-Oil Sector”. *Land Use Policy* 48: 94-106.

Belletti, G. *et al.* (2014). “The Effects of the Legal Protection Geographical Indications: PDO/PGIs in Tuscany”. Presentada en *11th European IFSA Symposium, Farming Systems Facing Global Challenges: Capacities and Strategies, Proceedings. International Farming Systems Association (IFSA)*. Berlín, abril.

Belletti, G., Burgassi, T., Marescotti, A. y Scaramuzzi, S. (2007). “The Effects of Certification Cost on the Success of PDO/PGI”. En Theuvsen, L., Spiller, A., Peupert, M. y Jahn, G. (eds.). *Quality Management in Food Chains*. Wageningen, Wageningen Academic Publishers: 107-123.

Belletti, G. y Marescotti, A. (2011). “Origin Products, Geographical Indications and Rural Development”. En Barham, E. y Sylvander B. (eds.). *Labels of Origin for Food. Local Development, Global Recognition*. CAB Int, Oxfordshire, UK: 75-91.

Boucher, F. y Requier-Desjardins, D. (2005). “La concentración de las queserías rurales de Cajamarca: retos y dificultades de una estrategia colectiva de activación”. *Agroalimentaria* [en línea] <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/4178> (consultado 15-06-2014).

----- (2005). “Los SIAL, Sistemas Agroalimentarios Localizados: un nuevo modelo de desarrollo para articular la agroindustria rural (AIR) y el territorio”. *Perspectivas Rurales* 1-2: 5-10.

Boue, E. y Champredonde, M. (2014). “Caracterización de la puesta en mercado del Salame de Colonia Caroya en el contexto de la construcción de una Indicación Geográfica como motor de desarrollo”. En Gonzalez, A. y Urbano López de Meneses J. (eds.). *Investigación agraria para un desarrollo sostenible: análisis de casos internacionales*. León, Universidad de León: 213-247.

Bowen, S. y Zapata Valenzuela, A. (2009). “Geographil Indications, Terroir and Socioeconomic and Ecological Sustainability: the Case of Tequila”. *Journal of Rural Studies* 25(1): 108-119.

Bruno, M., Ghezán, G. y Cendón, M.L. (2015). “Efectos socioeconómicos y territoriales de las Indicaciones Geográficas. El caso de la Denominación de Origen del Salame de Tandil”. Ponencia presentada en *IX Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales*. Buenos Aires, noviembre.

Cendón, M.L. (2016). *Efectos Territoriales de las Denominaciones de Origen Protegidas de aceite de oliva en España*. Tesis Doctoral. Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos, Universidad Politécnica de Madrid.

Cendón, M.L., Sanz-Cañada, J. y Lucena-Piquero, D. (2014). “Differential Quality and Technical/Managerial Advice Relationships in Andalusian (Spain) Olive Oil Protected Designations of Origin”. *Spanish Journal of Agricultural Research* 12(4): 869-888.

Champredonde, M., Fuxman, A. y González, C. (2015). “Estado actual y tendencias a nivel mundial de la diferenciación y valorización de alimentos tradicionales con Identidad Territorial para preservar y promover el territorio y su matrimonio. Implementación de políticas de calidad específicas vinculadas al origen y las tradiciones”. En Engo, N. et al. (eds). *Desarrollo de las exigencias sobre calidad e inocuidad de alimentos en el mundo (2025)*. Buenos Aires, MINCYT: 128-163.

Champredonde, M. (2016). “Tipicidad territorial: elemento fundacional de la construcción de una Denominación de Origen”. *Desenvolvimento Regional em debate. Revista eletrônica do Programa de Maestrado em Desenvolvimento Regional da Universidade do Contestado* 6 (1): 22-40 [en línea] <<http://www.periodicos.unc.br/index.php/drd/article/view/1143>> (consultado 7-8-2016)

Champredonde, M. y González Cosiorovski, J. (2016). “¿Agregado de Valor o Valorización? Reflexiones a partir de Denominaciones de Origen en América Latina”. *RIVAR* 3(9): 139-163.

Champredonde, M. y Silva Borba, M.F. (2015). *Diferenciar productos locales contribuyendo al desarrollo territorial*. Montevideo, IICA.

Champredonde, M., Vitrolles, D., Casabianca, F. y Cerdan, C. (2014). “La pampa como Indicación Geográfica para diferenciar carnes vacunas en Argentina y en Brasil: motivaciones y limitantes”. *Agroalimentaria* [on line] <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/38135> (consultado 6-6-2015).

Chiffolleau Y. y Touzard J.M. (2014). “Understanding Local Agrifood Systems through Advice Network Analysis”. *Agr Hum Values* 31: 19-32.

Colletis, G. y Pecqueur, B. (1993). “Intégration des espaces et quasi intégration des firmes: vers de nouvelles rencontres productives?”. *Revue d’Economie Régionale et Urbaine* 3 : 489-508.

Courlet, C. y Pecqueur, B. (1996). “Districts industriels, systèmes productifs localisés et développement”. En Dans Abdelmalki L. y Courlet, C. (eds.). *Les nouvelles logiques du développement*. Paris, L’Harmattan: 91-102.

Espeitx, E. (2004). “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular”. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2(2): 193-213.

Giovanucci, D., Josling, T., Kerr, W., O’Connor, B. y Yeung, M. (2009). *Guide to Geographical Indications: Linking Products and Their Origins*. Ginebra, International Trade Centre.

López, E. y Muchnik, J. (1997). *Petites entreprises et grands enjeux: le développement agroalimentaire local*. Paris, L’Harmattan.

Marshall, A. (1919). *Industry and Trade*. Londres, Macmillan.

Muchnik, J. (2012). “Sistemas Agroalimentarios Localizados: desarrollo conceptual y diversidad de situaciones”. En Torres-Salcido, G. y Larroa-Torres, R. (coords.). *Sistemas agroalimentarios localizados. Identidad territorial, construcción de capital social e instituciones*. Ciudad de México, Juan Pablo Editor.

Muchnik, J. *et al.* (2008). “Systèmes agroalimentaires localisés: état des recherches et perspectives”. *Cahiers Agricultures* 17(6): 513-519.

Muchnik, J. y Sautier, D. (1998). *Proposition d’action thématique programmée: systèmes agroalimentaires localisés et construction de territoires*. Montpellier, CIRAD.

Pacciani, A. *et al.* (2001). “The role of typical products in fostering rural development and the effects of Regulation (EEC) 2081/92”. Ponencia presentada en *Policy Experiences with Rural Development in a Diversified Europe. 73rd EAAE Seminar*, Ancona, Italia, junio de 2001.

Paus, M. y Reviron, S. (2011). “Evaluating the effects of protecting Geographical Indications: scientific context and case studies”. En *The Effects of Protecting Geographical Indications Ways and Means of their Evaluation*. Berna, Swiss Federal Institute of Intellectual Property: 12-28.

Porter, M. (1998). “Clusters and the New Economics of Competition”. *Harvard Business Review* 76 (6): 77-90.

Sanz-Cañada, J. (2009). “Las denominaciones de origen protegidas de aceite de oliva en España: sistemas agroalimentarios locales, gobernanza y externalidades territoriales”. En: Hernández, J. (coord.). *Algunas contribuciones sobre Olivicultura y Elaiotecnica desde la perspectiva de la experiencia*. Ubeda, GEA Westfalia Separator: 280-300.

Sanz Cañada, J. y Macías Vázquez, A. (2008). “Territorio y calidad certificada. Sistemas agroalimentarios locales y desarrollo rural”. *Agricultura Familiar en España*: 158-168.

----- (2005). “Quality Certification, Institutions and Innovation in Local Agro-Food Systems: Protected Designations of Origin of Olive Oil in Spain”. *Journal of Rural Studies* 21(4): 475-486.

Sanz-Cañada, J. y Muchnik, J. (2011). “Introduction. Ancrage et identité territoriale des systemes agroalimentaires localisés”. *Économie Rurale* 322: 4-10.

Schetjamm, A. y Berdegué, J. (2004). *Desarrollo Territorial Rural*. Santiago de Chile, Rimisp-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.

Simões, O. y Velarde, I. (2008). “La función de las Indicaciones Geográficas de productos agroalimentarios en el desarrollo de territorios periféricos. Las experiencias de Portugal y Argentina”. Presentada en *IV Congreso Internacional de la Red SIAL*. Mar del Plata, octubre.

Simões, O., Velarde, I. y Schiavone, E. (2010). “Sistemas de calificación y desarrollo rural: análisis comparado entre los casos de Portugal y Argentina internacional”. Ponencia presentada en *EAAE-SYAL Seminar – Spatial Dynamics in Agri-food Systems*, Parma, Italia, octubre.

Sylvander, B. (2004). *Development of Origin Labelled Products: humanity, innovation and sustainability. WP7 Final Report Synthesis and Recommendations Concerted Action DOLPHINS*. Le Mans, INRA-UREQUA.

Tregear, A. *et al.* (2007). “Regional Foods and Rural Development: the Role of Product Qualification”. *Journal of Rural Studies* 23: 12-22.

Vandecandelaere, E., Arfini, F., Belletti, G. y Marescotti, A. (2010). *Uniendo personas, territorios y productos. Guía para fomentar la calidad vinculada al origen y las indicaciones geográficas sostenibles*. Roma, FAO.

* * *

RECIBIDO: 1-5-2017

APROBADO: 3-7-2017