

MARCAS DE ORIGEN Y CALIDAD Y SU APLICACIÓN EN FABRICAS DE CHACINADOS DEL PARTIDO DE JUNÍN

M.V. Adrián Néstor Perdomo

Esta Tesis es presentada como parte de los requisitos para optar al grado académico de Magister en Gestión de la Innovación y la Vinculación Tecnológica en el Sector Agroindustrial de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires y no ha sido previamente presentada para la obtención de otro título en ésta y otra Universidad. La misma contiene los resultados obtenidos en investigaciones llevadas a cabo en el partido de Junín, provincia de Buenos Aires, durante el período comprendido entre año 2014 y 2019, bajo la dirección de Mg Pedro Espondaburu.

M.V. Adrian Néstor Perdomo



Mg Pedro Espondaburu



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NOROESTE DE LA PROVINCIA DE BUENOS
AIRES**

INSTITUTO DE POSGRADO

TÍTULO DE TESIS: Marcas de origen y calidad y su aplicación en fábricas de chacinados
del partido de Junín

AUTOR: Med. Vet. Adrián Néstor Perdomo

DIRECTOR: Mg. Pedro Espondaburu

2024

AGRADECIMIENTOS

Al municipio de Junín por haberme propuesto que realizara este trabajo de Maestría y a la Universidad Nacional del Noroeste (UNNOBA) por intermedio del director de la maestría, Dr. Mg Jerónimo E. Ainchil, por haberme permitido ser parte de este proceso académico.

A mi director de Tesis, Mg Pedro Espondaburu por haber aceptado el desafío de corrección, orientando mi conocimiento científicos y tecnológicos para lograr liderar procesos que conjuguen innovación tecnológica, mejora de la productividad, e incremento del valor agregado.

Al equipo docente de la Maestría: Lic. Aníbal Cueto, Ing. Hugo Gorgone, Dr. Enrique Martínez Larrechea, Lic. Kevin Lehmann, Ing MSc. Cira María Mena Lazo, Dr. Pedro Antonio Melo, Dr. Fabio Quetglas, Ing Agr. Carlos Senigliaresi, Dr. Dieter Rugard Seidenberg, Dr. Marcelino Hoppe, Dr. Carlos Juan Monetta, Ing. Agr. Mabel Dávila, Ing Agr. Fernando Vilella, MSc. Federico Walas Mateo, Lic. Gerónimo Alfuso, Dr. Gustavo Anta, Mg. María Clara Lima, Lic. Manuel Alvarado Ledesma, Cr. Reinaldo Leuci, Ing Alejandra Efrón, Ing. Mec. Jacinto Ibad, Dra. Betina Checchia, Mg. Rosana Sampedro y Dr. Oscar Tangelson; por haber puesto su compromiso y esfuerzo académico para incrementar mi formación.

A los productores chacinadores entrevistados del partido de Junín, por haber compartido su conocimiento y sus historias de vida.

DEDICATORIA

A mi esposa Patricia Schechtel, mis hijas Sofía Inés y Julieta Cecilia,
por el apoyo incondicional, que apuntaló mi fortaleza y serenidad para
poder alcanzar el objetivo propuesto.

ABREVIATURAS

AFIC	Asociación de Frigoríficos e Industriales de la Carne
AFIP	Administración Federal de Ingresos Públicos
AL	Identificadores de aplicación
BI	Business Intelligence
BPA	Buenas prácticas agrícolas
BPM	Buenas prácticas de manufacturas
CAA	Código Alimentario Argentino
CABA	Ciudad autónoma de Buenos Aires
CAFRISA	Cámara de Frigoríficos de Santa Fé
CAICHA	Cámara Argentina de la Industria del Chacinado y Afines
COVID - 19	Corona Virus 19
CPU	Unidad Central de Procesamiento
DO	Denominación de Origen
ETAs	Enfermedad transmitidas por alimentos
Ghz	Giga hercio
GLN	Número global de localización
GS1	Estándares Mundiales Uno
GSIN	Número de identificación de embarque
GTIN	Número global de artículos comerciales
HACCP	Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control
IG	Indicación Geográfica
INPI	Instituto Nacional de Propiedad Intelectual
INTI	Instituto Nacional de Tecnología Industrial
LAPTOP	Computadora portátil
MAGyP	Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca
OIE	Organización Mundial de Sanidad Animal
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
PPA	Peste Porcina Africana
PYMES	Pequeña y mediana empresas
RECALL	Procedimiento para localización y retirada de productos
RUCA	Registro Único de Cadenas Alimentarias
SENASA	Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria

SGC Sistema de Gestión de Calidad
SGTIN Número de serie de un artículo trazable
SSCC Clave de identificación de pallets
TAD Trámite a distancia
UE Unión Europea
UNICA Unión de la Industria Cárnica Argentina
UNNOBA Universidad Nacional del Noroeste de la provincia de Buenos Aires
UP Unidades Productivas
USDA Departamento de Agricultura de los Estados Unidos

RESUMEN

El partido de Junín cuenta con una economía de producción agropecuaria beneficiada por la excelente calidad de sus tierras, donde sobresale específicamente en la localidad de Agustín Roca, una tradición forjada por generaciones (Know How) en la elaboración de chacinados. En total existen distribuidas en todo el partido, nueve (9) plantas de elaboración con una producción de chacinados secos y salazones sostenida en el tiempo.

El progreso competitivo de productos depende de la creación de nuevos diseños y del mejoramiento de la calidad de los bienes generados, es aquí donde la Marca de Origen y Calidad juega un factor preponderante que permite potenciar el posicionamiento de los productos a nivel regional, apuntalando aún más la percepción positiva que los consumidores poseen respecto al “Know How”, de los productores que elaboran chacinados en el partido.

Se propone un marco regulatorio para el partido de Junín mediante una promulgación de una ordenanza, que pueda dar respuesta a las exigencias de la cadena de producción y en particular a las exigencias de los consumidores, incorporando La trazabilidad como una herramienta que permite el seguimiento a lo largo de la línea de elaboración y a través de la cadena alimentaria. El control incluye desde su inicio como materia prima hasta la obtención del producto final.

ABSTRACT

The district of Junín has an economy of agricultural production benefited by the excellent quality of its lands, where it stands out specifically in the town of Agustín Roca, a tradition forged by generations (Know How) in the preparation of sausages. In total, there are nine (9) processing plants distributed throughout the district with a production of dry sausages and salted meats sustained over time.

The competitive progress of products depends on the creation of new designs and the improvement of the quality of the goods generated, this is where the Mark of origins and quality plays a predominant factor that allows the positioning of the products to be enhanced at the regional level, further supporting the positive perception that consumers have regarding the “Know How” of the producers who make sausages in the game.

A regulatory framework is proposed for the Junín district through the promulgation of an ordinance, which can respond to the demands of the production chain and the demands of consumers, incorporating traceability as a tool that allows monitoring along the production line and through the food chain. Control includes from its beginning as raw material to obtaining the final product.

Índice de Contenido

AGRADECIMIENTOS	3
DEDICATORIA	4
ABREVIATURAS	5
RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
Índice de Tablas	11
Índice de Ilustraciones.....	12
1. Introducción General	13
1.1. Producción porcina en la República Argentina	13
1.2. Destinos de exportación para la carne de cerdo Argentina	14
1.3. Consumo de carne porcina en la República Argentina	15
1.4. Ámbito de comercialización de la carne porcina en la República Argentina.....	17
1.4.1. Transito Federal	17
1.4.2. Tránsito Provincial.....	18
1.4.3. Producción informal	18
1.5. Caracterización de la Industria de Chacinados Nacional.....	19
1.6. La Cadena de Valor del mercado de chacinados de la República Argentina.....	19
1.7. Agregado de Valor en la producción de chacinados nacional	22
1.7.1. Salame de Tandil (DO).....	23
1.7.2. Salame Típico de Colonia Caroya (IG).....	24
1.8. Producción de chacinados en el partido de Junín.....	25
1.9. Código Alimentario Argentino y su clasificación de chacinados y salazones.....	26
2. Objetivo General	31
2.1 Objetivos Específicos	31
3. Hipótesis.....	31
4. Marco Teórico	31
4.1 Marcas colectivas.....	35
5. Metodología de estudio	36
5.1 Consideraciones metodológicas	36
5.2 Soporte informático y software de apoyo.....	36
5.3 Duración del estudio	37
5.4 Características del partido de Junín.....	38
5.5 Ubicación de las plantas de Chacinados y Salazones dentro del partido de Junín.	39

6.	Presentación y análisis de datos	40
6.1.	Diferenciación entre la marca de origen y calidad de la denominación de origen	40
6.1.1.	Titularidad	41
6.1.2.	Registro y Protección	41
6.1.3.	Funciones	43
6.1.4.	Reglas de uso	43
6.1.5.	Vigencias de uso	44
6.2.	Estructura y dimensión de la industria de chacinados del partido de Junín	44
6.3.	Resultados del análisis de las encuestas.....	47
6.4.	Marco regulatorio local propuesto para la marca de origen y calidad “Producto Tradicional Junín”	49
6.4.1.	Definiciones	51
6.4.2.	Consejo Asesor	51
6.4.3.	Vinculación Tecnológica	51
6.4.4.	Obtención y uso de Licencia.....	52
6.4.5.	Financiamiento.....	53
6.4.6.	Administrativo.....	53
6.5.	Protocolo propuesto para el seguimiento de la trazabilidad de productos de la marca de origen y calidad “Productos tradicional Junín”.	53
6.5.1.	Recall: Procedimientos para la localización, inmovilización y retirada de productos.	55
6.5.2.	Tecnología aplicada a la trazabilidad en la industria alimentaria	56
6.5.2.1.	Definición del ítem trazable	57
6.5.2.2.	Claves de identificación y código de barra.....	58
6.5.2.3.	Portador de datos GS1 – 128	60
7	Conclusiones	61
8.	Bibliografía.....	64
9.	Anexos.....	66
9.4.	Establecimientos (Fábricas de Chacinados y Salazones) habilitadas en el partido de Junín, provincia de Buenos Aires, conforme Ley provincial Nro. 11.123, del 204 al 2019	66
9.5.	Producción anual y mensual en kilogramos de Chacinados y Salazones de plantas habilitadas en el partido de Junín, durante los años 2014 a 2019	66
9.6.	Producción en kg. Anuales de chacinados secos y salazones, del partido de Junín, desde el 2014 al 2019.	77
9.7.	Establecimientos habilitados durante el 2019, agrupados por categorización y ámbito de comercialización en el partido de Junín.....	77

9.8.	Encuestas	79
9.8.1.	Planta habilitación provincial Nro.: 54 – 34.....	79
9.8.2.	Planta habilitación provincial Nro.: 54 – 26.....	81
9.8.3.	Planta habilitación provincial Nro.: 54 – 18.....	83
9.8.4.	Planta habilitación provincial Nro.: 54 – 23	85
9.8.5.	Planta habilitación provincial Nro: 54 – 19.....	87
10.	Proyecto de Ordenanza “Producto Tradicional Junín”	88

Índice de Tablas

Tabla 1	Cortes porcinos y su utilización por parte del mercado interno e industria. Fuente Asociación Argentina de Productores Porcinos (AAPP).	14
Tabla 2	Datos de consumo de carne porcina por habitante por año (2018 y 2019). Fuente: Dirección de porcinos, aves de granja y no tradicionales del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación.	16
Tabla 3	Diferencias entre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.	25
Tabla 4	Clasificación de Salazones, datos del Código Alimentario Argentino. Elaboración propia, 2020	27
Tabla 5	Clasificación de Chacinados embutidos, datos del Código Alimentario Argentino. Elaboración propia, 2020.	29
Tabla 6	Clasificación de Chacinados no embutidos, datos del Código Alimentario Argentino. Elaboración propia, 2020.	30
Tabla 7	Distribución de la superficie de acuerdo con el uso del suelo del partido de Junín. Fuente: Plan Estratégico de Desarrollo de Junín, 2001.....	38

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Agregado de valor de la cadena de producción porcina. Elaboración propia para el Semindiez años, pudiendo ser renovada indefinidamente por períodos iguales, si la misma fue utilizada dentro de los cinco años previos a su vencimiento.

ario de tecnologías agronómicas, 2013.....21

Ilustración 2 Isologotipo del sello "Alimentos Argentinos" en las versiones en español e inglés.....22

Ilustración 3 Isologotipo que identifica al “Salame de Tandil”.....24

Ilustración 4 Isologotipo de la Indicación Geográfica "Salame Tipo Colonia Caroya".....24

Ilustración 5 Mapa del partido de Junín. Fuente: Plan Estratégico de Desarrollo Junín, 2001. 39

Ilustración 6 Ubicación de plantas de chacinados y salazones, habilitadas en el partido de Junín, durante el año 2019. Elaboración propia, datos del Anexo 4. 39

Ilustración 7 Trámite administrativo para obtener la Denominación de Origen. Fuente; Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, trámites a distancia, (TAD). 41

Ilustración 8 Proceso administrativo para la tramitación de la Marca, ante el Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual (INPI), dependiente del Ministerio de la Producción y Trabajo de la Nación.....42

Ilustración 9 Ámbito de comercialización según la categoría provincial de las plantas de chacinados de Junín durante el año 2019. Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario, provincia de Buenos Aires (elaboración propia)..... 45

Ilustración 10 Cantidad de plantas de chacinados en el partido de Junín, desde el 2014 al 2019. Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires (elaboración propia)..... 45

Ilustración 11 Producción de kilogramos anuales de chacinados secos y salazones crudas, del partido de Junín (2014-2019). Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires (elaboración propia). 46

1. Introducción General

La producción de carne porcina en Argentina creció desde el 2009 al 2019 a un ritmo del 9 % interanual, empujada por el incremento del consumo interno y en parte por la restricción de las importaciones. A partir de 2015, el impulso exportador y la apertura de mercados permitió un importante incremento de las exportaciones del sector porcino, traccionando también a la producción. (*Informes de Cadenas de Valor*, 2019)

Cabe destacar que la restricción de oferta de carne vacuna en el mercado local, luego de la sequía que sacudió la zona central ganadera de la República Argentina en 2009, y los consecuentes incrementos de precios de la carne vacuna, tendió paulatinamente a sustituir esta carne por otras de menor valor como la carne porcina y la carne aviar. Desde el año 2015 al 2019 el consumo de carne de cerdo creció un 30 %. Tanto la evolución de los precios relativos de la carne vacuna en particular durante 2019 y el mejor posicionamiento ante el cambio de percepción del consumidor sobre sus atributos (cortes magros que contribuyen a una mejor alimentación), mejoraron los niveles de consumo per cápita. (*Informes de Cadenas de Valor*, 2019)

1.1. Producción porcina en la República Argentina

La producción primaria de carne de cerdo en la república argentina está integrada por establecimientos productores de genética, granjas de cría, recría e invernada (ciclo completo), que se encargan de la terminación de los capones. En 2018 se registraron en Argentina cerca de cinco (5) mil establecimientos productores de cerdos. El 71 % de las UP ¹ tienen menos de 500 cerdas madres, centralizan el 27 % del stock reproductor porcino de argentina y envían a faena sólo un 6,7 % del total de la producción nacional. Por el contrario, menos del 11 % de los productores porcinos de mayor escala centraliza el 81 % del envío a faena. Asimismo, el 72 % de las UP tiene hasta 50 cerdas madres en producción mientras que sólo el 2 % tiene más de 500 cerdas. (*Informes de Cadenas de Valor*, 2019)

En la tabla 1, describimos los distintos porcentajes de cortes de la carne porcina y su posible utilización en la industria, partiendo de un animal de 110 kg de peso vivo, que ha tenido un rendimiento de faena del 82 % aproximadamente. (Méndez, 2019)

¹ Unidades Productivas

Principales cortes	% de res	Producto	Kg/unidad
Bondiola	4,3%	Industria / Carnicería	3,8
Cabeza entera	5,5%	Industria / Carnicería	4,9
Carré con hueso	10,4%	Carnicería	9,3
Churrasquito	0,6%	Carnicería	0,5
Cueros	2,5%	Industria	2,2
Huesos	2,0%	N/A	1,8
Jamón con hueso	26,5%	Industria / Carnicería	23,7
Matambrito	1,9%	Carnicería	1,7
Paleta con hueso	15,2%	Industria / Carnicería	13,6
Papada	2,2%	Industria	2
Patitas y manitos	1,7%	Industria / Carnicería	1,5
Recortes 80/20	8,2%	Carnicería	7,3
Recortes 70/30	4,9%	Industria	4,4
Rabos	0,9%	Industria / Carnicería	4,1
Solomillo	0,9%	Carnicería	0,8
Tocino	4,0%	Industria	3,6
Unto	1,9%	Industria	1,7
Merma del desposte	1,95%		1,7
	100%		89,3

Tabla 1 Cortes porcinos y su utilización por parte del mercado interno e industria. Fuente Asociación Argentina de Productores Porcinos (AAPP).

Como se podrá observar en esta tabla, hay cortes porcinos que se pueden destinar directamente a la utilización o comercialización del mercado (bondiola – carne con hueso – churrasquito – jamón con hueso – matambrito - paleta con hueso – patitas y manitos – recortes 80/20) y otros, que deben sufrir un proceso ulterior para la obtención de la materia prima que la industria requiere (cabeza entera – cueros - papada – tocino – unto -recortes 70/30)

1.2. Destinos de exportación para la carne de cerdo Argentina

Rusia comenzó a ser un destino relevante desde 2015 a partir del conflicto desatado entre Rusia y EE. UU. que derivó en sanciones comerciales por parte de ambos países. No obstante, el comercio a este destino siguió creciendo. En 2017 se abrió el mercado para la exportación de medias reses, pasando a incrementarse las ventas externas un 142 %. En 2018 llegó a representar el 69 % de las exportaciones de la cadena porcina nacional. (*Informes de Cadenas de Valor*, 2019)

Ha existido una importante expectativa en la cadena por la firma del protocolo sanitario que habilita la exportación de carne de cerdo argentina hacia China. La Aduana china habilitó 22 frigoríficos en el territorio argentino, tanto para faena de vacunos como de porcinos.

En el año 2019 existían abiertos 30 destinos para la exportación de carne de cerdo y derivados, incluyendo a China. Argentina exporta cortes de carne congelados (piernas y paletas para consumo en fresco o procesamiento industrial, Carré y pechito de cerdo), tripas, chacinados secos y salazones.

El principal productor mundial de carne porcina es China. En 2018 representó el 48 % de la producción global, sin embargo, para el cierre de 2019 USDA ² proyectaba una caída del 11 % de la producción de China, con una repercusión del 4% a nivel mundial por la *peste porcina* ³ *africana (PPA)* que afectó al stock del país asiático. Esta enfermedad provoca grandes pérdidas económicas a la producción, sin llegar a tener repercusiones en la salud humana. La carne porcina es la más consumida a nivel mundial, seguida por la carne aviar y la vacuna y China representa casi la mitad del consumo mundial de cerdo y, en menor medida, lo representa la Unión Europea (UE). Esto da cuenta de la repercusión que tiene la PPA sobre la demanda mundial de carne de cerdo dada la relevancia de China como productor y consumidor de este tipo de carne. USDA estimaba que las importaciones de china se incrementarían un 40%. (Informes de Cadenas de Valor, 2019)

1.3. Consumo de carne porcina en la República Argentina

La producción de la carne porcina en nuestro país en el año 2017 se distribuyó por mitades entre la industria de chacinados y el canal de carne fresca. Las estimaciones indican que hubo un importante crecimiento a nivel nacional en el consumo de carnes frescas de cerdo.

Históricamente el consumo ⁴ de carne fresca en argentina se mantenía en un (1) kilogramo de carne por habitante por año, hasta el año 2006 y principios de 2007. A partir de entonces el consumo comenzó a incrementarse, para ubicarse aproximadamente en los 7 kilogramos por

² United State Department of Agriculture, USDA. Unidad ejecutiva del Gobierno Federal de los Estados Unidos de Norteamérica, ejecuta y desarrolla políticas de ganadería, agricultura y alimentación.

³ El 24 de mayo de 2018, Argentina recibió el reconocimiento oficial internacional como país libre de Peste Porcina Clásica (PPC) de parte de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE). La presencia del virus de PPC genera grandes pérdidas económicas y productivas en distintos países del mundo, no solamente por su impacto en la producción por generar alta mortalidad, sino también por las restricciones en el comercio internacional y los costosos programas para su control.

⁴ Consumo = (Producción + Importación – Exportación) / Nro. De habitantes

habitante por año. Si bien Argentina es uno de los países que menos carne porcina consume, es algo alentador el cambio de tendencias que se está evidenciando, en el consumidor del mercado local. (CAICHA, 2017).

Entre 2017 y 2018 el precio de la carne de cerdo se incrementó un 22 %, aunque quedó por debajo de sus principales sustitutos, el pollo que aumentó un 39 % y la carne vacuna que aumentó un 26 % y del nivel general de precios que lo hizo por encima del 48 %.

Durante los primeros 6 meses de 2019 contra el mismo periodo del año anterior, el precio al mostrador del cerdo se incrementó un 45 %, pero por debajo del índice general de precios, que tuvo un aumento del 54 % y de sus principales productos sustitutos: carne vacuna con aumentos del 53 %, y carne aviar con aumentos del 83 %. La dinámica de precios permitió que la carne porcina ganara participación en la canasta de consumo cárnica. (*Informes de Cadenas de Valor*, 2019). Solamente tomando el mes de mayo del 2019, puede observarse que el consumo de carne porcina por habitante y por año llegó en argentina a los 15,94 kg, representando una variación interanual que implicó un aumento del 6,2 %. (Secretaría de Agricultura, 2019)

Consumo de carne porcina Hab/kg/año			
Mes/año	2018	2019	Variación interanual
Enero	13,80	14,36	3,8%
Febrero	13,63	14,25	4,6%
Marzo	14,23	14,13	0,7%
Abril	15,42	15,24	1,2%
Mayo	15,05	15,98	6,2%
Junio	15,48	15,09	2,6%
Julio	15,48	15,34	0,9%
Agosto	15,08	15,83	8,3%
Septiembre	14,56	14,07	3,4%
Octubre	15,51	14,01	8,4%
Noviembre	14,84	13,61	8,3%
Diciembre	14,94	14,82	0,8%

Tabla 2 Datos de consumo de carne porcina por habitante por año (2018 y 2019). Fuente: Dirección de porcinos, aves de granja y no tradicionales del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación.

1.4. Ámbito de comercialización de la carne porcina en la República Argentina

Las plantas frigoríficas ubicadas en el territorio argentino, para operar a nivel nacional, además de cumplimentar sus requisitos sanitarios a partir del alcance de comercialización (Municipal / Provincial o Nacional), deben encontrarse habilitadas por el Registro Único de Cadenas Alimentarias (RUCA), de la Dirección Nacional de Control Comercial Agropecuario, del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina. Este requisito actúa como una segunda instancia de habilitación comercial luego de la municipal. El RUCA no releva los datos de producción anual de las empresas, sino que solo otorga la habilitación correspondiente para operar, por lo que se reconoce como una potencial fuente de los datos de producción nacional.

1.4.1. Transito Federal

A partir de los datos proporcionados por el RUCA (2017), se registró que operaban en el país un total de 366 plantas industriales productivas, y las mismas correspondían a 351 razones sociales diferentes. Se concluye a partir de ello que un porcentaje poco significativo de empresas tenían más de una planta productiva, y algunas de ellas, correspondían a cadenas de hipermercados con elaboración propia de chacinados frescos. Las plantas se extendían en Argentina por un total de 18 provincias, y las que no contaban con plantas con habilitación vigente son: Jujuy, Formosa, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Corrientes y La Rioja. (MAGyP, 2019)

La provincia de Buenos Aires concentra el 42,6 % de las plantas frigoríficas registradas en RUCA, luego la siguen CABA ⁵ con el 15,6 %, Santa Fe con el 15%, Córdoba con 9,6 % y Mendoza con 5,2 %. Entre estas cuatro provincias y CABA concentran el 88% de las plantas de faena a nivel nacional. (MAGyP, 2019)

La principal característica de las plantas frigoríficas con tránsito federal es la de estar fiscalizadas por SENASA ⁶.

⁵ Ciudad Autónoma de Buenos Aires

⁶ Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria, es un organismo sanitario del estado argentino encargado sobre todo de la fiscalización y certificación de los productos y subproductos de origen animal y vegetal, sus insumos y residuos agroquímicos, así como la prevención, erradicación y control de enfermedades de animales, incluidas las transmisibles al ser humano, y de las plagas vegetales que afectan a la producción agropecuaria del país. Cuenta con 14 centros regionales y 362 oficinas locales distribuidas por todo el país. A fin de implementar y promover la acción sanitaria y fitosanitaria, elabora normas y controla su cumplimiento, y asegura la aplicación del Código Alimentario Argentino, dentro de las normas internacionales exigidas. Asimismo, planifica, organiza y ejecuta programas y planes específicos que reglamentan la producción, y la orienta hacia la obtención de alimentos inocuos para el consumo humano y animal. Es un organismo

Son medianas y grandes plantas multiproducto de catálogos amplios. Cuentan con diversas estrategias de integración vertical y muchas de ellas se abastecen con faena y/o producción primaria propia.

Los niveles tecnológicos eran heterogéneos, pero se podía distinguir un grupo reducido de plantas con tecnología media/avanzada. Esto incluía automatización continua de procesos con envasado y rotulado integrados. Es frecuente que cuenten con más de una marca y centros de distribución propios. (MAGyP, 2019)

1.4.2. Tránsito Provincial

La comercialización de los chacinados dentro del ámbito de la provincia de Buenos Aires está regulada por la Ley provincial Sanitaria de carnes Nro. 11.123/91, la cual está vigente y es de alcance general. (Dirección de Auditoría Agroalimentaria, 2011)

El anexo II del Decreto Reglamentario Nro. 2464/97, establece en el Capítulo 1, artículo 12.6.1 que las fábricas de chacinados “Categoría A”, podrán comercializar en todo el ámbito de la provincia de Buenos Aires. En el artículo 12.6.2 se reglamenta que las fábricas de chacinados “Categoría B”, sólo podrán hacerlo dentro del ámbito del partido en el cual se encuentran radicados. Las fábricas de chacinados “Categoría C ⁷”, solo están autorizados a elaborar chacinados frescos y su comercialización, será exclusivamente limitada a su venta al mostrador en el lugar de radicación. (*Ley Nro. 11.123 Sanitaria de Carnes de La Provincia de Buenos Aires*, 1991)

El Capítulo XIII del anexo II del Decreto Reglamentario 2464/97, artículo 13.1.1 diferencia dos categorías para las fábricas de Salazones: Categoría tipo A y categoría tipo B, con igual ámbito de comercialización que el fijado para las fábricas de chacinados, de igual categoría indicados en el capítulo específico. (*Ley Nro. 11.123 Sanitaria de Carnes de La Provincia de Buenos Aires*, 1991).

1.4.3. Producción informal

Se define como la producción informal de chacinados y salazones, aquella que se realiza en un número desconocido, en su mayoría pymes familiares que producen chacinados en forma casera en todo el país. Su producción se realiza en forma doméstica, y en muchos casos el área de producción está integrada con la cocina de la vivienda familiar. Son producciones que se

descentralizado, con autonomía económico-financiera y técnico administrativa y dotado de personería jurídica propia, dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (SENASA, n.d.)

⁷ Por carecer los registros provinciales de datos de producción referidos a las fábricas de chacinados “Categoría C” para el partido de Junín, estos establecimientos no serán evaluados durante el presente trabajo.

realizan fuera de los marcos regulatorios sanitarios y comerciales vigentes para la comercialización de alimentos dentro de la República Argentina.

Se debe remarcar que es una fuente de riesgo para la inocuidad alimentaria con potenciales peligros de proliferación de ETA ⁸. (MAGyP, 2019)

1.5. Caracterización de la Industria de Chacinados Nacional

Es de señalar la importancia social que reviste para nuestro país la Industria de Chacinados, ya que no solo brinda a su población excelentes, variados y nutritivos alimentos, sino que además es potencial creador de nuevos puestos de trabajo. Es un sector de la industria nacional que se caracteriza por el uso intensivo de mano de obra, pues conserva el trabajo artesanal a la vez que incorpora tecnología. Un 95 % de las empresas del sector cárnico argentino son PYMES, dando un ambiente de sana competencia y excelente distribución de la mano de obra utilizada. (Cámara Argentina de la Industria de Chacinados, 2017)

El sector productivo argentino se nuclea en al menos cuatro cámaras empresarias representativas: Cámara Argentina de la Industria de Chacinados y Afines (CAICHA), Unión de la Industria Cárnica Argentina (UNICA), Cámara de Frigoríficos de Santa Fe (CAFRISA), Asociación de Frigoríficos e Industriales de la Carne (AFIC). Se pueden entender las asociaciones para acceder a una certificación geográfica o que se organizan en forma de clúster como nuevas formas de asociación empresarial sectorial con características diferenciales a las clásicas cámaras empresarias. (MAGyP, 2019)

Es relevante señalar que la principal provincia productora de chacinados y salazones a nivel nacional es la provincia de Santa Fe, que con menos plantas que provincia de Buenos Aires y CABA⁹ obtiene mayor producción. Esto se explica porque en la provincia de Santa Fé, están localizadas las tres principales plantas del país, que concentran el 25 % de la producción nacional con tránsito federal. Una de ellas, es líder a nivel nacional centralizando el 12% del total. (MAGyP, 2019)

1.6. La Cadena de Valor del mercado de chacinados de la República Argentina

El sector Argentino de Chacinados y Salazones es una industria alimentaria de segunda transformación que permite agregar valor a la producción de proteínas animales para

⁸ Enfermedades transmitidas por alimentos, se refieren a cualquier enfermedad causada por la ingestión de un alimento contaminado que provoca efectos nocivos en la salud del consumidor.

⁹ Ciudad Autónoma de Buenos Aires

consumo humano (carnes). Predomina básicamente la transformación de la carne porcina, pero por definición la confección de chacinados y salazones puede estar realizada en base a cualquier tipo de carne; ya sea las tradicionales como bovina, ovina y aviar, o también carnes alternativas o no tradicionales. (MAGyP, 2019)

La cadena de valor porcina nacional atravesó importantes transformaciones en los últimos años. Si bien los sistemas de producción de pequeña escala productiva son los que prevalecen en el país, ha crecido el número de productores que a partir de estratos de 100 madres han confinado parte o totalmente sus animales convirtiéndose en empresas tecnificadas de mayor eficiencia productiva. También se ha observado la instalación, en distintos lugares del territorio nacional de empresas altamente tecnificadas y con índices de eficiencia productiva equiparable a los sistemas más eficientes a nivel mundial. (*Informes de Cadenas de Valor*, 2019)

La cadena de valor a menudo abarca el espectro completo de la cadena agroalimentaria, del consumidor al productor. Aunque los consumidores técnicamente no pueden ser miembros de la cadena del valor, los distribuidores que están más cerca de los consumidores finales son esenciales para el éxito de esta (desde el punto de vista de la información que recogen de ellos). (Iglesias, 2002)

La cadena de la carne porcina y sus productos derivados en Argentina presenta dos etapas productivas: 1) la producción primaria, responsable de la producción del animal en pie y 2) la transformación de proteína vegetal en proteína animal. En la etapa industrial se diferencian dos subactividades, la faena de cerdos y la producción de carne fresca o congelada, y por el otro, la transformación de la carne en chacinados, conservas y salazones. (*Informes de Cadenas de Valor*, 2019)

La tercera etapa de la cadena de valor en cambio abarca todo el proceso de comercialización que incluye el mercado interno y la exportación.

La cadena del valor por lo tanto proporciona el marco de referencia para la realización de las transacciones de negocios, dando respuesta a las necesidades del consumidor; implica confianza y abre la comunicación entre sus participantes y los resultados son mutuamente beneficiosos para todas las partes que intervienen. (Iglesias, 2002)

Agregado de valor

Sector primario

Etapas Principales:

- Cabañas:** Mérito genético, Libres de BC - Aujeszky
- Cria y recría:** Hembras prolíficas, Manejo por bandas
- Invernaderos:** Intensificación productiva, Adecuada relación Energía/proteína de Frio.

Actividades Principales:

- Castración química
- IA
- Productor Asociativismo
- Integración
- Manual de Proced.

Sector secundario

Proceso Industrial - Carne Porcina

Etapas Principales:

- Faena:** Sacrificio animal, Desposte (res = rendimiento del 82 %), Tipificar por magro, Categoría MEI
- Frigoríficos:** Elaboración de cortes, Tratamiento de cadena de Frio.

Actividades Principales:

- Veterinarias
- Agroquímicos
- Alimentación animal
- Certificación y Normas ISO

Sector terciario

Etapas Principales:

- Mercado Interno:** Distribución y consumo, Certificación participativa De garantía, Denominación de origen (Jamón Ibérico), Trazabilidad, Marca (Magret)
- Exportación**

Plan Sanitario:

- Control de enfermedades
- Vacunaciones

la demanda interna de carne porcina, hoy insatisfecha, e incluso ofrecer productos para exportación. Son indudables las ventajas que poseemos con respecto a otros países de la región para transformar los cereales y las oleaginosas en proteína animal. (Cámara Argentina de la Industria de Chacinados, 2017)

1.7. Agregado de Valor en la producción de chacinados nacional

Es importante destacar también, algunas actividades que se realizan en materia de promoción y apoyo a la mejora de la calidad de producto, desde la Subsecretaría de Alimentos y Bioeconomía del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, iniciativas todas que se ejecutan a través de los programas comprendidos como herramientas de Agregado de Valor.

El Sello “Alimentos Argentinos” es una marca de calidad gratuita, del sistema nacional de diferenciación y agregado de valor tangible e intangible para el sector agroalimentario, creado por Ley Nacional Nro. 26967/2014. Las marcas de origen y calidad y las Denominaciones de Origen, creados por Ley Nacional Nro. 25380/2000 están dirigidas a distinguir a los alimentos que cuentan con las siguientes características: se elaboran en nuestro país; cumplen protocolos de calidad específicos y poseen una calidad diferenciada.

Actualmente se encuentran en vigencia dos protocolos de calidad aprobados para la cadena de carne porcina (cadena):

- Protocolo de calidad para el Jamón Crudo.
- Protocolo de calidad para el Jamón Cocido.

El sello de Calidad “Alimentos Argentinos, una elección Natural” y su versión en idioma inglés “Argentine Food A Natural Choice”, es identificado por el siguiente isologotipo:



Ilustración 2 Isologotipo del sello "Alimentos Argentinos" en las versiones en español e inglés.

El sello facilita la identificación de los alimentos argentinos y sus atributos tanto en el mercado interno argentino como en el internacional. Estos atributos diferenciadores se encuentran plasmados en Protocolos de Calidad específicos por producto o tipos de productos.

Actualmente existen 50 protocolos oficializados. Dichos documentos deben ser respetados por aquellas empresas argentinas que utilicen materias primas nacionales y deseen obtener dicho sello. (Sañudo, 2019)

Las marcas, en general son la imagen de un producto o servicio de una empresa y su función es caracterizarlo y crear un vínculo con el consumidor final. (Velasco, 2016)

Las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen constituyen herramientas que permiten diferenciar y hacer distinguible la calidad de un producto relacionada con su origen geográfico. Asimismo, otorgan protección legal al nombre, al producto y al grupo interesado, y tienden a promover el desarrollo rural. (MAGyP, 2019)

En la actualidad el sector de Chacinados y Salazones cuenta a nivel nacional con dos certificaciones aprobadas:

1.7.1. Salame de Tandil ¹⁰ (DO)

La denominación de origen “Salame de Tandil” está vigente desde el año 2011, por resolución Nro. 896 del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación.

Es un producto singular que forjó su historia y su anclaje cultural a lo largo de varias generaciones, convirtiéndose en sinónimo de la región centro de la provincia de Buenos Aires, expandiendo su reputación más allá de las fronteras del propio territorio, de tal manera que aún hoy permanece inserto en el imaginario colectivo como un referente de dicha zona. (Secretaria de Agroindustria, 2018a)

Este salame es el resultado de un proceso que armoniza condiciones ambientales favorables propias de la zona de Tandil, la disponibilidad de materias primas en cantidad y calidad suficiente, el dominio de técnicas de elaboración artesanal y el legado de una receta singular, cuidadosamente resguardada por hombres apasionados por sus oficios. (Secretaria de Agroindustria, 2018a)

¹⁰ Tandil es la ciudad cabecera del partido homónimo ubicada en el centro este de la provincia de Buenos Aires, Argentina. Se halla sobre las sierras del sistema de Tandilia. Fue fundada por el brigadier General Martín Rodríguez, gobernador de la provincia de Buenos Aires en 1823, con el nombre de Fuerte Independencia.

Las materias primas utilizadas en la elaboración del “Salame de Tandil”, provienen de cerdos y vacunos criados en establecimientos localizados únicamente dentro del territorio definido para la D.O., respetando de esta manera las tradiciones de elaboración heredadas de los pioneros. En forma adicional la caracterización sensorial es la que contribuye a definir con mayor precisión las cualidades del Salame de Tandil, y en consecuencia la principal fuente de origen de las características distintivas del producto. (Secretaría de Agroindustria, 2018a)



Ilustración 3 Isologotipo que identifica al “Salame de Tandil”.

1.7.2. Salame Típico de Colonia Caroya ¹¹ (IG)

La indicación geográfica “Salame Típico de Colonia Caroya”, está vigente desde el año 2014, por la Resolución 37 ¹² de la Secretaría de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación, transformándose en un producto reconocido a nivel nacional con un importante anclaje cultural en la comunidad de la provincia de Córdoba, argentina. Los principales factores territoriales que confieren tipicidad al producto son los saberes empíricos heredados de los inmigrantes friulanos y vénetos transformados y adaptados en la comunidad local. (Secretaría de Agroindustria, 2018b)

El nombre de Colonia Caroya reúne la impronta de dos culturas que se sucedieron en este territorio: friulanos y vénetos. El término “Caroya” deriva del término Caro yapa de origen quichua que significa “cara de cuero”. El salame de este lugar es un producto de identidad sensorial propia que permite diferenciarlo de otros salames similares.



Ilustración 4 Isologotipo de la Indicación Geográfica “Salame Tipo Colonia Caroya”.

La diversidad de formas de producir, de instalaciones, de insumos y de prácticas comerciales, han dado origen a una cierta diversidad

¹¹ Colonia Caroya, ubicada a 55 Km al norte de la ciudad de Córdoba, provincia de Córdoba, Argentina. Situada en el área turística “Sierras Chicas” y a la vera del Antiguo Camino Real al Alto Perú.

¹² Publicado el 12 de marzo de 2014 en el Boletín Oficial de la República Argentina Nro. 32844

de productos, ofrecidos actualmente bajo el nombre de salame de Colonia Caroya. Sin embargo, el proceso de reconstrucción de la tipicidad llevó a los elaboradores locales (y en algunas actividades con una participación amplia de la comunidad), a validar algunas de estas prácticas de elaboración y de instalaciones, para evitar la pérdida de la tipicidad del producto. (Secretaría de Agroindustria, 2018b)

Las Indicaciones Geográficas y las Denominaciones de Origen, son herramientas que no se crean, sino que se reconocen. (Héctor Niubo, L Domínguez, L Tejada, M Parzanese, 2014)

IG	Ley N° 25.380	DO
Calidad / Cualidad atribuible fundamentalmente a su origen geográfico, es decir atribuible al factor natural pudiendo estar presente al factor humano.	Vínculo con el origen geográfico	Calidad / Cualidad debida exclusivamente al medio geográfico, atribuible a la conjunción del factor natural y el factor humano
Al menos la etapa que confiere especificidad del producto debe tener lugar en la zona delimitada.	Producción	Todas las etapas de producción deben tener lugar en la zona delimitada
Profesional habilitado , Organismo de Certificación, Otro (ej: cámaras)	Control	Consejo Regulador de la DO (Asociación civil abierta sin fines de lucro)

Tabla 3 Diferencias entre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.

La localidad de Colonia Caroya posee su “Fiesta del Salame Típico”, durante el mes de noviembre de cada año. Allí se degustan fiambres que fueron elaborados según procedimientos acordados por una asociación de productores locales junto con el Ministerio de Agricultura de la Nación y el INTA¹³.

1.8. Producción de chacinados en el partido de Junín

Mientras algunos aspectos del desarrollo y el conocimiento tecnológico están bien articulados, escritos en manuales y documentos de investigación, e incluidos en planes de estudios en distintos niveles de educación; otros aspectos son generalmente tácitos y aprendidos a través del ejemplo y de la experiencia práctica. (Pietrobelli, 2005).

¹³ Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

La historia de la localidad de Agustín Roca, del partido de Junín de la provincia de Buenos Aires comenzó en 1879, cuando los hermanos Ataliva y Agustín Roca le compran al Estado una estancia, y cinco años más tarde le ceden tierras al Ferrocarril del Oeste, que construyó allí la Estación Roca.

Poco después, con la sanción de la Ley de Centros Agrícolas, los hermanos piden la mensura y división de las tierras, a la que le siguió el loteo de terrenos y la fundación de la Colonia Coronel Marcos Paz, que nunca dejó de llamarse Roca, como la estación.

En 1978 una propuesta de un vecino de la localidad de Agustín Roca, descendiente de los pioneros, es puesta en marcha por el productor Luis María Picchi, quién organizó en la Liga Agrícola Ganadera la primera edición de la Fiesta Regional del Fiambre Casero (ahora devenida en Fiesta Provincial) cuya sede actual es el Club Deportivo Origone. (La nueva Provincia, 2013)

El objetivo era mostrar los famosos fiambres de Roca, hechos con las recetas de los productores de origen italiano, quienes seguían la tradición de celebrar la faena del primer cerdo de la temporada, cuando el fiambre elaborado con los primeros fríos del invierno alcanza el punto justo de estacionamiento y sabor.

Es aquí donde el know-how en la producción de chacinados artesanales que posee el partido de Junín, particularmente en la localidad de Agustín Roca, juega un papel que estimamos digno de análisis. El partido de Junín poseía nueve (9) plantas de chacinados y salazones, con una producción de 43.722 kilogramos anuales registrados en el año 2019, lo que implicaba una producción promedio de 633,65 kilogramos mensuales por planta de elaboración.

1.9. Código Alimentario Argentino y su clasificación de chacinados y salazones

El Código Alimentario Argentino ¹⁴ (CAA) describe a los chacinados y salazones en el apartado denominado Conservas de Origen Animal donde en su primer artículo define a estos como " el producto elaborado exclusivamente sobre la base de carne con o sin el agregado de otras sustancias alimenticias o aditivos de uso permitido". (Código Argentino Alimentario, 2017)

Se entienden por Salazón, los órganos, trozos de carne o de tejidos adiposos procedentes de especies comestibles autorizadas para el consumo humano que han sufrido un proceso destinado

¹⁴ La Ley Nacional Nro. 18284, declara vigente para todo el territorio de la República Argentina, con la denominación de Código Alimentario Argentino, las disposiciones higiénico – sanitarias, bromatológicas y de identificación comercial del Reglamento Argentino aprobado por Decreto 141/1953 y reglamentado por el Decreto 2176/71. El organismo de contralor del CAA es la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT).

a su conservación mediante la sal, adicionada en forma masiva acorde a la tecnología del producto a elaborar. La salazón a que se someten los productos puede ser seca (cloruro de sodio) o húmeda (salmuera). La elaboración puede concluirse con el ahumado. (Código Argentino Alimentario, 2017, art 286 ¹⁵)

Se considera como salazones a los siguientes productos: bondiola; cabeza de cerdo salada; carnes curadas; cecina; costillas de cerdo saladas; chalona; cuero de cerdo salado;

	Definición de Producto	Artículo del CAA	Especie
Salazones crudas (secas)	Paleta de cerdo cruda salada	Art. 296	Porcina
	Jamón Crudo	Art. 293 (Res. Conj SPReI Nro 167/2013 y SAGyP Nro 228/2013)	Porcina
	Bondiola	Art. 287 (Res Conj RESFC-2018-17-ANP-SRYGS MS)S Nro 17/	Porcina
	Panceta	Art. 298	Porcina
Salazones cocidas	Lomos de cerdos salados	Art. 288	Porcina
	Tocino salado	Art. 299	Porcina
	Paleta de cerdo cocida	Art. 296 (Res .Conj SpyRS Nro 104/2005 y SAGPyA Nro 414/2005)	Porcina
	Jamón cocido	Art. 294 (Res .Conj RESPC-2018-ANP-SRYGS MSN Nro 1/2018)	Porcina
	Pernil de cerdo	Art. 293 bis (Res.Conj RESFC-2018-17-APN-SRYGS MSYDS Nro. 17/2018)	Porcina
	Lomo de cerdo cocido	SRYGS MSYDS Nro 17/2018	Porcina
Salazones No definidas	Cabeza de cerdo salada	Art. 288	Porcina
	Carnes Curadas	No definida	No definida
	Cecina	Art. 289	Bovina/porcina
	Costillas de cerdo saladas	Art. 288	Porcina
	Chalona	Art. 290	Ovina
	Cuero de cerdo salado	Art. 288	Porcina
	Hocico o trompa de cerdo salados	Art. 288	Porcina
	Lengua saladas	Art. 288	Bovina/porcina
	Oreja de cerdo saladas	Art. 288	Porcina
	Patitas de cerdo saladas	Art. 288	Porcina
	Tasajo	Art. 291	Bovina
	Unto salado	Art. 300	Porcina
	Hueso de cerdo salados	Art. 288	Porcina
	Charque	Art. 292	No definida

Tabla 4 Clasificación de Salazones, datos del Código Alimentario Argentino. Elaboración propia, 2020

jamón crudo; hocico o trompa de cerdo salados; huesos de cerdo salados; lenguas saladas; orejas de cerdo saladas; paletas de cerdo saladas; paleta de cerdo cocida; panceta salada; patitas de cerdo saladas; tasajo; tocino salado; unto salado; lomos salados; lomo cocido, etc.

¹⁵ Artículo 286 del CAA - (Resolución Conjunta RESFC-2018-17-APN-SRYGS#MSYDS N°17/2018)

Se entiende por Chacinados, los productos preparados sobre la base de carne y/o sangre, vísceras u otros subproductos animales que hayan sido autorizados para el consumo humano, adicionados o no con sustancias aprobadas a tal fin. Los chacinados son clasificados en embutidos (frescos, secos y cocidos) y no embutidos (frescos y cocidos). (Código Argentino Alimentario, art 302 ¹⁶)

		Definición de Producto	Artículo del CAA	Especie
Chacinados embutidos	Frescos	Butifarra	Art. 325	Bovina/Porcina
		Codegin	Art. 326	Bovina/Porcina
		Chorizo Fresco	Art. 327 (Res.Conj RESFC-2018-1-APN-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina
		Longaniza parrillera	Art. 326	Bovina/Porcina
		Salchicha fresca	Art. 329	Bovina/Porcina
		Salchicha tipo Oxford	No definida	No definida
	Secos	Cervelat	Art. 322	Porcina
		Chorizo a la española	Art. 333	Bovina/Porcina
		Longaniza	Art. 334 (Res. Conj RESFC-2018-1-ANP-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina
		Longaniza napolitana	Art. 336 (Res. Conj RESFC-2018-1-APN-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina
		Lomo embuchado a la española	Art. 337	Bovina/Porcina
		Salame	Art. 336 (Res. Conj RESFC-2018-1-ANP-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina
		Salamines	Art. 339 (Res. Conj RESFC-2018-1-ANP-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina
		Sopresatta a la italiana	Art. 340 (Res. Conj RESFC-2018-1-ANP-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina
	Cocidos	Burzot de cuero	Art. 342	Porcina
		Morcilla	Art. 343 (Res. Conj RESFC-2018-1-ANP-SRGYGS23 MSN Nro. 1/2018)	No definida
		Morcilla de hígado	Art. 344 (Res. Conj RESFEC-2018-1-ANP-SRYGS23 MSN Nro 1/2018)	No definida
		Morcilla de lengua	Art. 345	Bovina/Porcina
		Mortadela	Art. 346 (Res. Conj RESFC-2018-1-ANP-SRGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina
		Pata rellena	Art. 347	Bovina/Porcina
		Salame ruso o tipo polonés	Art. 348	Bovina/Porcina
		Salchicha tipo Frankfurt	Art. 349 (Res. Conj. RESFC-2018-1-ANP-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina

¹⁶ Artículo 302 del CAA – (Resolución Conjunta SPReI y SAV N° 4 - E/2017)

Salchicha tipo Viena	Art. 349 (Res. Conj. RESFC-2018-1-ANP-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina
Salchichón con jamón	Art. 351 (Res. FESFC-2018-1-ANP-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina
Salchichón	Art. 350 (Res. RESFC-2018-1-ANP-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina
Sobreasada	Art. 363 (Res. Conj RESFC-2018-1-ANP-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Bovina/Porcina

Tabla 5 Clasificación de Chacinados embutidos, datos del Código Alimentario Argentino. Elaboración propia, 2020.

	Definición de Producto	Artículo del CAA	Especie
Chacinados No Embutidos	Arrollado criollo	Art. 355	Bovina / porcina
	Burzot	Art. 356	Bovina / porcina
	Cima	Art. 357	Aviar/bovina/porcina
	Chinesco	Art. 358	Bovina / porcina
	Fantasía	Art. 359	Bovina / porcina
	Florentina	Art. 360	Bovina / porcina
	Fiambre cocido de cerdo	Art. 360 bis (Res. Conj. RESFC-2018-1-APN-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Porcina
	Fiambre cocido de pata de cerdo	Art. 360 tris (Res. Conj. RESFC-2018-1-APN-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Porcina
	Fiambre cocido de paleta de cerdo	Art. 360 cuarto (Res. Conj. RESFC-2018-1-APN-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Porcina
	Fiambre de lomo de cerdo	Art. 360 quinto (Res. Conj. RESFC-2018-1-APN-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	Porcina
	Fiambre cocido (nombre especie)	Art. 360 sexto (Res. Conj. RESFC-2018-1-APN-SRYGS23 MSN Nro. 1/2018)	No definido
	Gelatina	Art. 361	Bovina / porcina
	Gelatina a la francesa	Art. 362	Bovina / porcina
	Gelatina de cabeza	Art. 363	Bovina / porcina
	Gelatina de lengua	Art. 364	Bovina / porcina
	Gelatina de lengua forrada	Art. 365	Bovina / porcina
	Gelatina italiana	Art. 366	Bovina / porcina
	Gelatina ojo de rey	Art.367	Bovina / porcina
	Gelatina panceta arrollada	Art. 368	Bovina / porcina
	Gelatina tres en uno	Art. 369	Bovina / porcina
	Gelatina Vienesá	Art. 370	Bovina / porcina
	Lechón arrollado	Art. 371	Porcina
	Matambre arrollado	Art. 372	Porcina
	Picadillo de jamón	Art. 373	Porcina
	Queso de cerdo	Art. 374	Porcina

Queso de cerdo alemán	Art. 375	Porcina
Queso de cerdo alemán colorado	Art. 376	Porcina
Rulata	Art. 377	Bovina / porcina

Tabla 6 Clasificación de Chacinados no embutidos, datos del Código Alimentario Argentino. Elaboración propia, 2020.

2. Objetivo General

Para la resolución de nuestro problema de investigación, se plantea el siguiente objetivo general:

- Relevar las fábricas de chacinados del partido de Junín (provincia de Buenos Aires), para determinar si es relevante la implementación de la Marca de origen y calidad.

2.1 Objetivos Específicos

- Diferenciar la marca de origen y calidad de la denominación de origen.
- Conocer y dimensionar a la industria local de chacinados.
- Proponer un marco regulatorio local para la Marca de Origen y Calidad “Producto Tradicional Junín”
- Definir un programa de trazabilidad, para los productos de la Marca de Origen y Calidad “Producto Tradicional Junín”.

3. Hipótesis

La implementación de una Marca de Calidad “Producto Tradicional Junín” es una herramienta útil para poder posicionar la producción de chacinados del partido de Junín dentro de la región noroeste de la provincia de Buenos Aires, aumentando la percepción de calidad y trazabilidad por parte de los consumidores.

4. Marco Teórico

El progreso competitivo de procesos en las industrias está dominado por los proveedores, dado que son productores de insumos (máquinas, materias primas) los que introducen las innovaciones de proceso para tener en cuenta. En cambio, el progreso competitivo de productos depende más bien de la creación de nuevos diseños y de mejoramiento de la calidad de los bienes generados y sus componentes. (Pietrobelli, 2005)

Dado que en los conglomerados territoriales empresarios se gestan y fluyen mejor las innovaciones, para diseñar y gestionar una política de apoyo a la agrupación empresarial es preciso tomar en cuenta explícitamente las dos dimensiones principales que la caracterizan:

a) el factor territorial y b) factor de vinculación. (Pietrobelli, 2005)

Dentro de las fases de valorización se pueden instrumentar procesos de diferenciación de productos en el mercado. Se entiende como proceso de diferenciación a aquel mediante el cual

se generan señales para que los usuarios puedan percibir las diferencias entre productos similares. Las marcas y sellos de calidad constituyen referencias para la diferenciación de productos locales. Queda claro entonces que la diferenciación puede ser parte de un proceso de Valorización. (Sañudo, 2019)

Una marca es un nombre, término, letrero, símbolo o diseño, o la combinación de estos elementos, que identifican al fabricante o vendedor de un producto o servicio. Los consumidores consideran la marca como parte importante de un producto, y la asignación de marca podría agregarle valor. (Kotler & Armstrong, 2007)

En el plano nacional o regional, una marca puede protegerse registrándose, esto es, presentando una solicitud de registro en la oficina nacional o regional de marcas y abonando las tasas correspondientes.

En el plano internacional, existen dos opciones: 1) presentar una solicitud de marca en la oficina de marcas de cada uno de los países en que se quiera obtener protección o 2) utilizar el sistema de Madrid ¹⁷. (Marcas, n.d.)

En Argentina, el marco jurídico para la implementación de una “marca” de origen y calidad está representado por la Ley de Marcas (Ley Nro. 22.362, 1980) y la Ley de Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen de productos agrícolas y alimentarios (Ley Nro. 25.380, 2000). Esta última sancionada con fecha 30 de noviembre del 2000 no fue objeto de reglamentación, ni se crearon estructuras necesarias para su gestión y, posteriormente la Ley Nro. 25.966 sancionada el 17 de noviembre del 2004, introdujo modificaciones sustanciales a la misma, dejando sin efecto la figura de indicaciones de procedencia y sustituyéndola por la de Indicaciones Geográficas. (Decreto Nacional 556, 2009)

La calidad alimentaria engloba a un conjunto de propiedades y características de un alimento. De acuerdo con la norma UNE-EN-ISO 9000:2005, la calidad es el “*Grado en el que un conjunto de características inherentes a un producto cumple con los requisitos o expectativas*

¹⁷ El Sistema de Madrid es una solución práctica y costo eficaz para registrar y gestionar marcas en todo el mundo. Basta con presentar una única solicitud y abonar un solo conjunto de tasas para solicitar protección en hasta 122 países. Permite modificar, renovar o ampliar su cartera mundial de marcas mediante un sistema centralizado. Puede utilizar el Sistema de Madrid quien tenga un vínculo de carácter personal o comercial con uno de los miembros del Sistema; es decir, deberá usted tener su domicilio o un establecimiento industrial o comercial en uno de los 122 países que abarcan los 106 miembros del Sistema de Madrid, o ser nacional de uno de esos países. (Marcas, n.d.). El Arreglo de Madrid, adoptado en 1891, revisado en Bruselas (1900), en Washington (1911), en La Haya (1925), en Londres (1934), en Niza (1957) y en Estocolmo (1967), y enmendado en 1979; y el Protocolo concerniente a ese Arreglo, adoptado en 1989 con la finalidad de que el sistema de Madrid fuese más flexible y compatible con la legislación nacional de determinados países y organizaciones intergubernamentales que no habían podido adherirse al Arreglo. (OMPI, 1989)

establecidas, generalmente implícitas u obligatorias”. El nivel de calidad de un producto debe ser establecido por el consumidor que es quien debe establecer su grado de satisfacción con el producto. (Sañudo, 2019)

Las normas de gestión de la calidad surgen ante la necesidad de eliminar la subjetividad a la hora de valorar la calidad, y así poder garantizar al máximo la calidad de los productos elaborados y los procesos de producción.

Uno de los principales sistemas de Gestión de Calidad es la norma 9001:2015. Esta norma es aplicable a organizaciones de cualquier tamaño, de todos los sectores y actividades, que necesiten demostrar su capacidad para proporcionar productos que cumplan con los requisitos del consumidor y con los reglamentos que sean de aplicación. Su objetivo es por tanto aumentar la satisfacción del consumidor, sus resultados son aceptados internacionalmente como garantía de una gestión de calidad y certificación. (Sañudo, 2019)

Algunos productos fueron siempre particularmente valorados en función de su origen (vinos ¹⁸ y los aceites), debido a la alta sensibilidad de estos a los cambios climáticos. Por esa causa cualquier mínimo cambio en el origen de ambos era fácil de percibir y se atribuía directamente a la geografía en que el producto se había desarrollado. Sin embargo, en la antigüedad estas indicaciones colectivas tenían una finalidad puramente inmediata y comercial: el mejor posicionamiento del producto en el mercado. No existía en aquellos tiempos una concepción de «desarrollo económico» de la región de origen, ni -mucho menos aún- de desarrollo social y cultural. (Claudio & Darriba, 2011)

No obstante, el concepto actual de las IG y DO surge con posterioridad, en Europa, siendo utilizadas en un principio, de una manera similar a las marcas por aquellos productores (individuales) establecidos en zonas geográficas que presentan características especiales que aumentaban el valor de los productos. (Claudio & Darriba, 2011)

En el siglo XVII en Francia, podría ubicarse la primera denominación de origen protegida legalmente, el 31 de agosto de 1666 cuando el Parlamento de Toulouse decreta que «sólo los habitantes de Roquefort tienen la exclusividad del curado del producto. Sólo existe un Roquefort, y es el que se cura en Roquefort desde tiempos inmemoriales en las cuevas de este

¹⁸ Autores como Galaviz Sucre, 2008) hacen referencia a la denominación “Porto”, en la región portuguesa del Duero, en donde se produce el famoso vino de Oporto, y que aún reclama para sí la titularidad de la DO más antigua de la historia. Fue exactamente en 1756 cuando el primer ministro -Marqués de Pombal- creó por ley la “Región Demarcada del Duero”, que se extendía a lo largo del valle del Duero y de sus afluentes como forma de proteger los intereses locales

pueblo», con lo cual se había colocado de esta forma, las bases de una denominación de origen protegida.”. (Velasco, 2016 p.8)

La Organización Mundial de Propiedad Intelectual, define a una *indicación geográfica* como un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y cuyas cualidades, reputación y características se deben esencialmente a su lugar de origen. Para constituir una indicación geográfica, un signo debe identificar un producto como originario de un lugar determinado. Además, es preciso que las cualidades, características o reputación del producto se deban esencialmente al lugar de origen. Ello es así, porque las cualidades dependen del lugar geográfico de producción, y existe un claro vínculo entre el producto y su lugar original de producción.

Por lo general, la protección de las indicaciones geográficas se obtiene mediante la adquisición de un derecho sobre el signo que constituye la indicación. Un derecho de indicación geográfica permite a quienes están facultados para utilizar la indicación impedir su uso a un tercero cuyo producto no se ajuste a las normas aplicables. (Marcas, n.d.)

Las DO e IG son entonces, un medio que utilizan los productores de una región, país o lugar determinado para comercializar sus productos y permitir, que el consumidor los diferencie de los de otras denominaciones geográficas, seleccionándolos por su calidad, reputación y otras características determinadas que son debidas al origen geográfico del producto, sin referencia a una empresa en particular. Una indicación geográfica es un derecho para los operadores, que cumplen las condiciones fijadas para la elaboración del producto. La marca sirve para diferenciar el origen empresarial del producto y que el consumidor pueda distinguirlo de otros que son de naturaleza idéntica o similar, pero fabricados por otro productor. (Pérez, 2012)

Pero si se trata de una Marca de Origen y Calidad, el origen geográfico donde se genera el producto final también cuenta.

Dentro de las posibilidades de valorización se pueden instrumentar procesos de diferenciación de productos en el mercado. Se entiende como proceso de diferenciación a aquel mediante el cual se generan señales para que los usuarios puedan percibir las diferencias entre productos similares.

Las marcas y sellos de calidad constituyen referencias para la diferenciación de productos locales. Ya hemos compartido que *la diferenciación puede ser parte de un proceso de Valorización*. (Sañudo, 2019)

Como vimos, en Argentina, durante el año 2005 se crea el sello “Alimentos Argentinos, Una Elección Natural”, convertido en la Ley Nacional Nro. 26,967 en el año 2014 con el objetivo

de promover y resguardar la autenticidad y originalidad de los alimentos argentinos, en virtud de las circunstancias sociales, culturales y naturales de producción, elaboración y transformación.

Tiene como finalidad promover la diferenciación de los productos que voluntariamente ingresen al sistema, en los canales de comercialización y en los puntos de venta; y alcanzar el reconocimiento inmediato por parte del consumidor de una calidad que satisface una expectativa o gusto determinado por sobre los estándares que fija el Código Alimentario Argentino. Brinda de esta forma a clientes y consumidores, garantía de que los productos que voluntariamente ingresen al sistema han sido elaborados en conformidad a características específicas y/o condiciones especialmente establecidas en los respectivos protocolos. El “sello alimentos argentinos, una elección natural”, otorga un distintivo especial a los alimentos argentinos que presenten atributos de valor característicos y constantes, y que respondan a criterios de valoración significativos, mensurables y rastreables. (*Ley Nacional Nro. 26.967, 2014*)

4.1 Marcas colectivas

La legislación sobre propiedad intelectual de muchos países contiene disposiciones relativas a la protección de las marcas colectivas. En éstas se definen signos que permiten distinguir el origen geográfico, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y servicios de distintas empresas que utilizan la marca colectiva.

La función de la marca colectiva es informar al público acerca de ciertas características del producto para el que utiliza dicha marca. La mayor parte de los países exigen que cualquier solicitud de marca colectiva sea acompañada por una copia del reglamento que rige su uso.

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), las marcas colectivas, permiten distinguir el origen geográfico, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y servicios de las distintas empresas que utilizan la marca colectiva. El propietario de esta puede ser una asociación de la que son miembros esas empresas o cualquier otra entidad, ya sea una institución pública o una cooperativa.

En nuestro cuerpo normativo (Ley N° 26.355 reglamentada por el Decreto 1.384/2008) la marca colectiva surge como herramienta complementaria de la economía social.

Su eje central es estimular el desarrollo integral de personas emprendedoras de escasos recursos o en situación de vulnerabilidad social. (Niubo Héctor, n.d.)

Por su parte, las marcas de certificación o de garantía, se dan a productos que cumplen con requisitos técnicos, y de calidad definidos, sin que sea necesaria la pertenencia a ninguna agrupación o entidad. En este caso quién los protege y a quién pertenecen es al titular que la

registra, deja de lado la asociatividad como requisito, y la cobertura está dada por el titular de la marca. (Velasco, 2016)

Existen al menos tres tipos de marcas de certificación: 1) Las que certifican que los productos o servicios se originan en una región geográfica determinada, 2) las que certifican que tienen ciertos estándares en relación con la calidad, materiales o modo de fabricación y 3) las que certifican que respetan ciertos estándares. (Niubo Héctor, n.d.)

5. Metodología de estudio

5.1 Consideraciones metodológicas

La presente investigación fue pionera en cuanto a la propuesta que aumenta valor en la producción local de chacinados, haciendo un trabajo descriptivo y propositivo que permita demostrar la posibilidad de agregar nuevo valor a la manufactura artesanal y alcanzar los objetivos de mejora económica y productiva de los productores del partido de Junín, provincia de Buenos Aires, Argentina.

Las entrevistas para definir el universo productivo fueron semi estructuradas porque también permitieron a las preguntas planteadas con anterioridad, respuestas abiertas, es decir, sin establecer opciones y así el entrevistado se encontró en libertad de expresar su opinión, aunque ante una guía predeterminada por parte del entrevistador.

La situación de emergencia sanitaria, causada por la pandemia como consecuencia del COVID -19 ¹⁹, y la obligatoriedad de cumplir con el aislamiento social, preventivo y obligatorio forzaron a realizar las entrevistas, mediante el uso de medios tecnológicos (WhatsApp). (*Decreto DNU Nro. 297, 2020*)

Los datos de producción se obtuvieron de la página web del Ministerio de Desarrollo Agrario, de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas, correspondiente a cada una de plantas habilitadas en el partido de Junín, durante el periodo de análisis.

5.2 Soporte informático y software de apoyo

Se empleó una Laptop -RVPN9501, con procesador Intel ® Core™ i3-6100 U CPU, 2.30 GHz ²⁰. Con sistema operativo Windows™ 10 de 64 bits, utilizando el Paquete Office Hogar 365, (procesando los textos con Word, los gráficos y cuadros con Excel). Dentro de esta iniciativa

¹⁹ El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS), declaró el brote del nuevo coronavirus como una pandemia, luego de que el número de personas afectadas por COVID -19 a nivel global llegará a 118.554, y el número de muertes a 4.281, afectando hasta el momento a 110 países.

²⁰™ Lenovo idea pad™ 110

de autoservicio de información de Microsoft, encontramos la herramienta Excel con sus complementos de BI, y la plataforma Power BI²¹ para Office 365. Con estas herramientas se pueden automatizar procesos de generación de información y conocimiento, disponiendo también de posibilidades para la visualización y el análisis que nos ayudan a la toma de decisiones.

Se creó una base de datos con Access²², conteniendo cuatro tablas con los datos obtenidos de la fuente, cuatro archivos de consulta que permitieron filtrar los datos para confeccionar los informes, que dan origen a los respectivos anexos de información base.

Los gráficos satelitales, fueron obtenidos mediante el software Google Earth TM.

Como gestor de Base de datos bibliográficos, se utilizó el Mendeley Desktop ²³, versión 1.7.1, © 2008 -2012.

Para las entrevistas por medio de WhatsApp, se utilizó un dispositivo Galaxy J7 ²⁴ (2016), modelo Nro. SM – J710MN.

El análisis de los datos de las encuestas se tabuló utilizando la herramienta tecnológica Power BI (Microsoft, 2020).

5.3 Duración del estudio

El mismo abarcó los datos de producción de las Plantas de chacinados secos y salazones crudos, del partido de Junín habilitadas por el ex Ministerio de Agroindustria, actualmente Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, durante los años 2014 al 2019 inclusive. Haciendo un análisis productivo del sector con las plantas elaboradoras de chacinados que se encontraban habilitadas por esta dependencia, de la provincia de Buenos Aires, durante el año 2019.

Los datos de producción corresponden a las declaraciones juradas que las Plantas “habilitadas” deben realizar mensualmente, para poder abonar el canon mensual, conforme la reglamentación vigente (Ley provincial de carnes), en el ámbito de la provincia de Buenos Aires.

²¹ Power BI es la nueva herramienta de Business Intelligence (BI) que incorpora la suite de productividad, Office 365. Esta nueva herramienta te permite analizar e interactuar con una cantidad masiva de datos dentro de Excel, recabando información a través de lenguaje natural y peticiones del tipo pregunta-respuesta

²² ® Microsoft Access Data base, 3,4 MB.

²³ ®Mendeley Ltd. All rights reserved.

²⁴ TM Samsung

5.4. Características del partido de Junín

Junín, es un municipio con actividades agrícolas y ganaderas bovinas de invernada, con algo de tambo, con una población que junto a la del cercano partido de Pergamino es la más numerosa de la región, aunque con una todavía importante participación de la población rural. (Fernando Tauber, 1997)

El partido cuenta con una economía de producción agropecuaria beneficiada por la excelente calidad de sus tierras. Fundado el 27 de diciembre de 1827, se estructuró recién en 1854. Está ubicado al noroeste de la provincia de Buenos Aires, en una de las regiones más importantes en cuanto a la calidad de sus tierras: la Pampa Ondulada Alta ²⁵. (Municipalidad de Junín, 2001). Junín, posee una superficie de 225.320 hectáreas, con una distribución del uso del suelo según se detalla en la siguiente tabla:

Uso del suelo	Has.
Superficie destinada a la agricultura	140.620
Pasturas naturales	37.522
Superficie de recursos hídricos	13.000
Superficie urbana, fiscales, caminos, rutas, etc.	12.631
Superficie no apta o desperdiciada	11.816
Superficie apta no utilizada	7.146
Bosques y montes	2.585
Superficie total del partido:	225.320

Tabla 7 Distribución de la superficie de acuerdo con el uso del suelo del partido de Junín. Fuente: Plan Estratégico de Desarrollo de Junín, 2001.

Con un clima templado – húmedo, posee una temperatura media de veintidós grados centígrados en verano y diez grados centígrados en invierno (media anual de dieciséis grados centígrados). El régimen de lluvias oscila entre los 800 – 900 milímetros anuales. Con una humedad relativa del 75 % y vientos predominantes del norte y noroeste, con algunos del este. (Municipalidad de Junín, 2001)

²⁵ La pampa ondulada alta abarca dos subregiones con características bien definidas: La subregión del corredor fluvial – industrial, que acompaña al río Paraná en su recorrido por la provincia de Buenos Aires; y la subregión agrícola, compuestas por los partidos de Alberti, Capitán Sarmiento, Arrecifes, Carmen de Areco, Colón, Chacabuco, Chivilcoy, Exaltación de la Cruz, Gral. Arenales, Junín, L. N. Alem, Mercedes, Pergamino, Rojas, Salto, San Andrés de Giles, San Antonio de Areco y Suipacha.

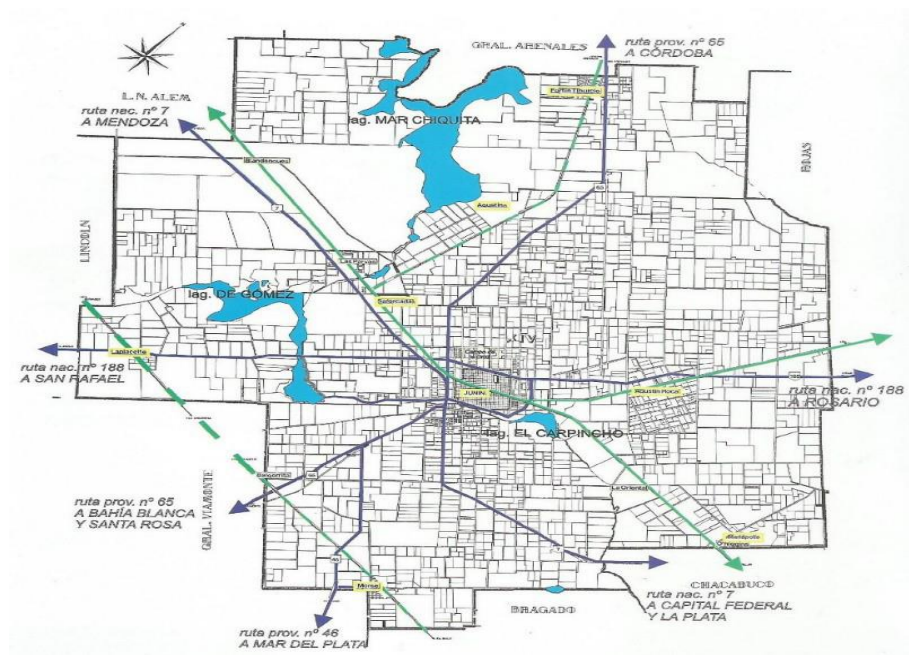


Ilustración 5 Mapa del partido de Junín. Fuente: Plan Estratégico de Desarrollo Junín, 2001.

5.5. Ubicación de las plantas de Chacinados y Salazones dentro del partido de Junín.

El partido contaba durante el año 2019, con nueve Plantas de Chacinados y Salazones (categorías A o B) habilitadas ²⁶ (ver Anexo 4), las cuales se distribuyeron en el partido de la siguiente forma:

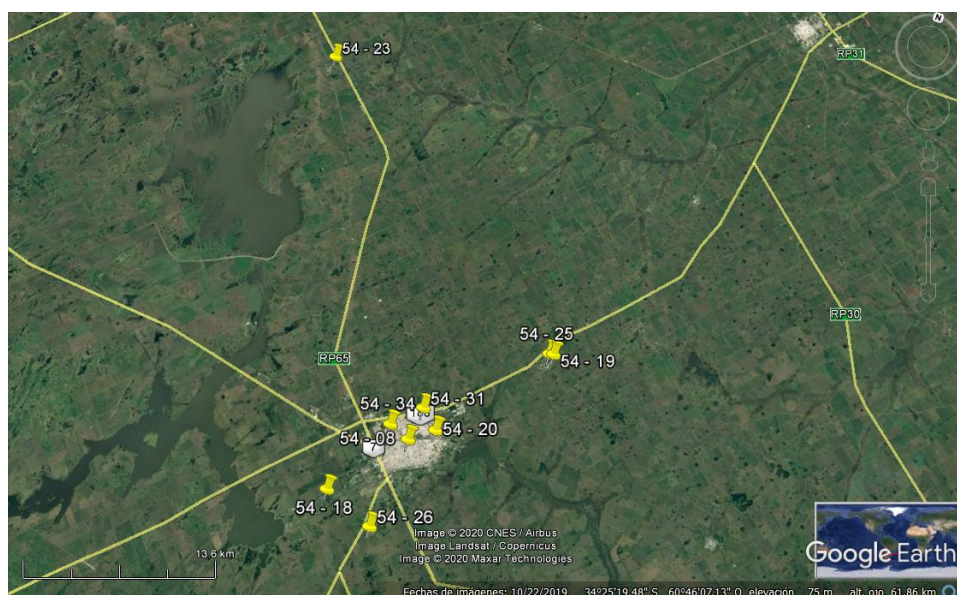


Ilustración 6 Ubicación de plantas de chacinados y salazones, habilitadas en el partido de Junín, durante el año 2019. Elaboración propia, datos del Anexo 4.

²⁶ La ley Provincial Nro. 11.123; Ley Sanitaria de Carnes de la provincia de Buenos Aires, sancionada el 8 de agosto del año 1991, luego modificada por la Ley Provincial Nro. 11.306, en su Capítulo XII, artículos 12.6.1 y 12.6.2 determina la categorización A o B.

Había en la fecha señalada cinco plantas dentro del casco urbano de Junín, una en la zona rural próximo a rotonda de ruta provincial Nro. 65 y ruta provincial Nro. 46 y solo dos plantas se ubicaron en la localidad de Agustín Roca, una específicamente en la localidad de Fortín Tiburcio.

Las dos Fábricas más antiguas en el registro, están ubicadas en el casco urbano de la ciudad de Junín. El prefijo cincuenta y cuatro identifica el partido dentro de la provincia de Buenos Aires y los dos dígitos siguientes el orden dentro del registro de ese partido.

En líneas generales, la producción de Chacinados y Salazones pertenece a un agrupamiento denominado carnes procesadas. La configuración de productos y mercados se diferencian considerablemente de otros rubros originados en la misma cadena productiva como las carnes frescas y menudencias, al igual que otros subproductos comestibles y no comestibles, basados en la faena de animales. (MAGyP, 2019).

6. Presentación y análisis de datos

6.1. Diferenciación entre la marca de origen y calidad de la denominación de origen

Una marca es un signo que utiliza una persona física o jurídica para distinguir sus propios bienes y servicios de los de sus competidores. Le confiere a su titular el derecho de impedir a terceros la utilización de esta. Una indicación geográfica en cambio informa a los consumidores que un producto procede de cierto lugar y posee características que derivan de él. La indicación geográfica puede ser utilizada por todos los productores que fabrican sus productos en el lugar designado por la indicación geográfica y que comparten cualidades típicas que les otorga su lugar de origen. (Niubo Héctor, n.d.)

Félix S. Pérez, expresa por su parte que las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas, son un medio que utilizan los productores de una región, país o lugar determinado para comercializar sus productos y permitir, que el consumidor los diferencie de los de otras denominaciones geográficas, seleccionándolos por su calidad, reputación y otras características determinadas que son debidas al origen geográfico del producto, sin referencia a una empresa en particular.

Una indicación geográfica es un derecho para los operadores, que cumplen las condiciones fijadas para la elaboración del producto, mientras que la marca por su parte sirve para diferenciar el origen empresarial del producto, permitiendo al consumidor poder distinguirlo de otros de naturaleza idéntica o similar, pero fabricados por otro productor.

Para poder realizar la comparación entre Denominación de Origen e Indicación Geográfica y Marcas de Calidad, tomamos en cuenta cinco (5) características, que fueron sometidas a comparación: Titularidad, Protección y registro, Funciones, Reglas de uso y Vigencia.

6.1.1. Titularidad

Para las denominaciones de origen e indicaciones geográficas, la titularidad designa un nombre a un producto y no a personas u organizaciones de productores. La titularidad es del Estado y el uso del nombre geográfico corresponde a una agrupación de personas que elaboraron el producto en condiciones que se han establecido previamente. No es un derecho individual, es un derecho de una colectividad.

La marca en cambio otorga la titularidad a las personas privadas, con las excepciones de las marcas colectivas, asociación de productores o de comerciantes. En este caso el Estado nacional puede ser titular, pero no tiene privilegio respecto a las personas privadas.

6.1.2. Registro y Protección

La autoridad de aplicación mediante la cual se realiza el acto administrativo para la tramitación de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas es la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, con costos de registro y defensa limitados, mediante la

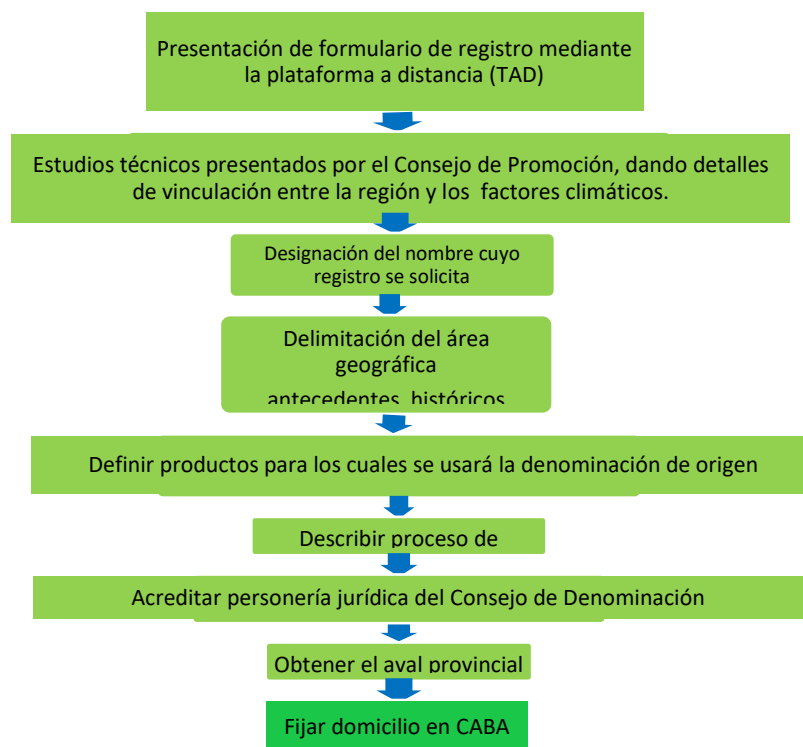


Ilustración 7 Trámite administrativo para obtener la Denominación de Origen. Fuente; Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, trámites a distancia, (TAD).

plataforma trámites a distancia (TAD). Abajo indicamos la secuencia a seguir por el trámite correspondiente.

En el caso de la tramitación de la Marca, la autoridad de aplicación es el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI), dependiente del Ministerio de la Producción de la Nación, también con costos de registro y defensa. (Instituto Nacional de la propiedad Intelectual (INPI), n.d.-b)

De este modo como se ve en el siguiente gráfico, la solicitud de Marca Nueva deberá superar los exámenes de los expertos del INPI para poder ser concedida.



Ilustración 8 Proceso administrativo para la tramitación de la Marca, ante el Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual (INPI), dependiente del Ministerio de la Producción y Trabajo de la Nación.

Asimismo, una vez presentada la solicitud habrá una instancia para que terceros que puedan ser potencialmente involucrados, tengan la oportunidad de oponerse al otorgamiento de una marca si ven afectados sus derechos. Subsanadas las posibles vistas (observaciones del INPI) y oposiciones (observaciones de terceros) que pudiera tener el expediente, la marca será concedida por medio de una Resolución del Instituto Nacional de Propiedad Industrial. (Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI), n.d.-a)

En relación con los derechos que otorga la protección para las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas, es preciso señalar que se trata de derechos exclusivos sobre el tráfico económico. Y solo pueden ser esgrimidos por productores de la zona geográfica correspondiente, mientras que la Marca otorga un derecho exclusivo para su propietario, es decir es un derecho excluyente, que permite prohibir a terceros el uso de dicho nombre.

Respecto de los controles, existe un control colectivo y público para las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas, realizado para el caso de las primeras por un Consejo Regulador de la denominación de origen (asociación civil sin fines de lucro); mientras que para las indicaciones geográficas es llevado a cabo por organismos de certificación públicos (como puede ser el INTI) o privados mediante la intervención de profesionales habilitados. La marca en cambio posee un control privado e individual.

6.1.3. Funciones

Tanto las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas y la Marca son un medio para presentar un producto en el mercado.

Nos permiten diferenciar el origen del producto, es decir si el mismo es de origen empresarial, como es el caso de la marca, o empresarial y geográfico si es una Marca de Origen y Calidad, o si es de origen geográfico como sucede con las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas.

Una marca establece el origen empresarial del producto, pero no va unido al mismo, debido a que la misma marca se puede utilizar en distintos productos. También establece el origen empresarial y geográfico si es una Marca de Origen y Calidad. Mientras que las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas van unidas siempre a un producto, que ha sido redactado, elaborado en una zona geográfica determinada, de acuerdo con lo establecido en los protocolos.

6.1.4. Reglas de uso

Las DO y las IG tienen establecidas sus normas de producción y elaboración, que todos los productores que quieran utilizarla se obligan a cumplir. Estas normas se establecen en el llamado “pliego de condiciones” que es supervisado por el estatuto redactado por el Consejo Regulador. Para garantía del consumidor las condiciones de elaboración del producto son controladas por organismos de control (públicos / privados).

La inscripción de la marca, en los registros correspondientes, no exige ningún protocolo que establezca determinadas condiciones de elaboración del producto, que se comercializa con dicha marca. En las Marcas de origen y calidad si deben elaborarse a posteriori lo protocolos técnicos de elaboración que permitan asegurar su calidad. Los propietarios de la marca consiguen que el consumidor tenga el concepto y perciban que los productos de la empresa tienen una determinada calidad. Representa la imagen y el saber de la empresa.

En el momento de la concesión de la marca, se le otorga el derecho exclusivo a utilizar dicha marca con los productos de la clase de la Nomenclatura Internacional de Niza, en la que ha sido inscrita. Existen dos excepciones a lo expresado anteriormente que son: la marca colectiva y la marca de garantía, las cuales se inscriben siendo acompañadas de un reglamento de uso. (Pérez, 2012)

En el caso de las Marcas de Origen y Calidad, los Municipios pueden ser titulares de las Marcas a inscribir en el INPI y ceder luego el uso a productores que cumplan con los requisitos de los protocolos que se elaboren conforme a la Auditoría que realice un Consejo constituido ad hoc.

Pero los Municipios no pueden ser titulares de Indicaciones geográficas, ni de Denominaciones de Origen.

6.1.5. Vigencias de uso

El término de duración de una marca registrada es de diez años, pudiendo ser renovada indefinidamente por períodos iguales, si la misma fue utilizada dentro de los cinco años previos a su vencimiento.

Las denominaciones de origen e indicaciones geográficas, por su parte, no tienen caducidad siempre y cuando se mantengan las condiciones y cualidades de elaboración.

6.2. Estructura y dimensión de la industria de chacinados del partido de Junín

6.2.1. Ámbito de comercialización de las plantas de chacinados del partido de Junín

El Decreto Reglamentario Nro. 2464 del año 1997, de la Ley provincial de Carnes Nro. 11.123, establece en su Anexo II, Capítulo 1 las definiciones de fiambre, salazón, chacinados y embutidos. (Dirección de Auditoría Agroalimentaria, 2011)

Fiambre: Se entiende por fiambre a los chacinados, las salazones, las conservas de carne, las semiconservas y los productos conservados que se expendan y que se conservan en frío.

Salazón: Se entiende por salazón, los órganos, trozos de carne o de tejidos adiposos que han sufrido un proceso destinado a su conservación mediante la sal, adicionada en forma masiva. La salazón a que se someten los productos puede ser seca (cloruro de sodio) o húmeda (salmuera). La elaboración puede concluirse con el ahumado.

Chacinados: Se entiende como tal aquellos productos preparados sobre la base de carne y/o sangre, vísceras u otros subproductos animales que hayan sido autorizados para el consumo humano, adicionando o no sustancias aprobadas para tal fin. Puede ser embutido o no.

Embutidos: Comprende aquellos chacinados que en cualquier estado y forma admitida que se elaboren, hayan sido introducidos a presión en un fondo de saco de origen orgánico o inorgánico

aprobado para tal fin, aunque en el momento del expendio y/o consumo carezcan del continente. Los cuales pueden ser secos o cocidos.

En la siguiente ilustración, observamos que son solo tres categorizaciones las obtenidas por las plantas de chacinados del partido de Junín, durante el año 2019: chacinados frescos, chacinados secos y salazones.

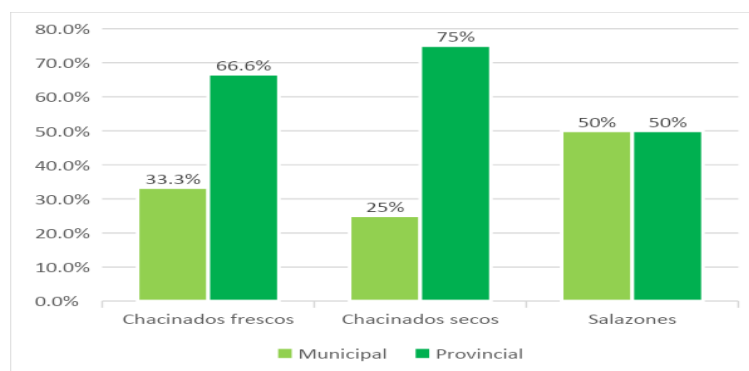


Ilustración 9 Ámbito de comercialización según la categoría provincial de las plantas de chacinados de Junín durante el año 2019. Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario, provincia de Buenos Aires (elaboración propia).

6.2.2. Escenario productivo de las plantas de chacinados en el partido de Junín desde el año 2014 al 2019

Las cantidad de plantas de chacinados habilitadas en el partido de Junín ha tenido un incremento de cuatrocientos cincuenta por ciento (450%) desde el año 2014 cuando eran dos (2), hasta el año 2019, cuando se alcanza la cantidad de nueve (9) plantas habilitadas, como podemos observar en la siguiente tabla. (Ver ilustración 10)

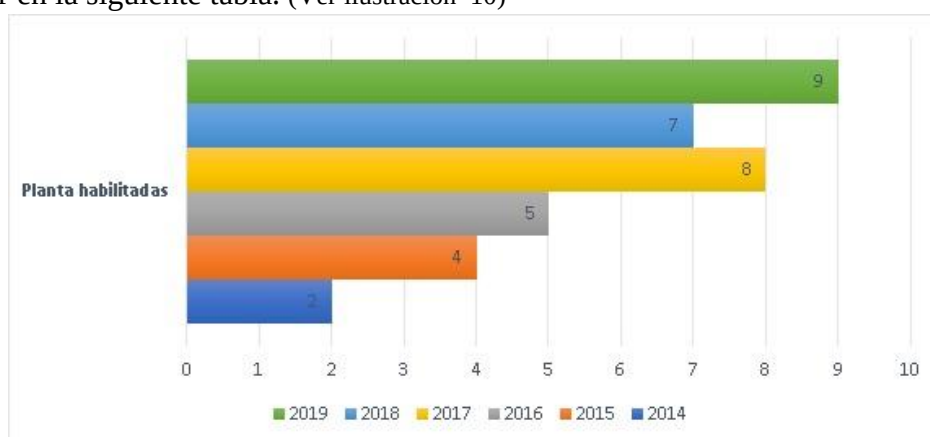


Ilustración 10 Cantidad de plantas de chacinados en el partido de Junín, desde el 2014 al 2019. Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires (elaboración propia).

Ese crecimiento sostenido, se ve reflejado también cuando observamos la producción de kilogramos totales por año, esto es considerando todos los tipos de chacinados secos y salazones producidas, comenzando con 10.320 kilos el año 2014, llegando a los 65.642 producidos durante el año 2017, para luego alcanzar los 43.722 kilogramos en el año 2019. (Ver Anexo 8.3)

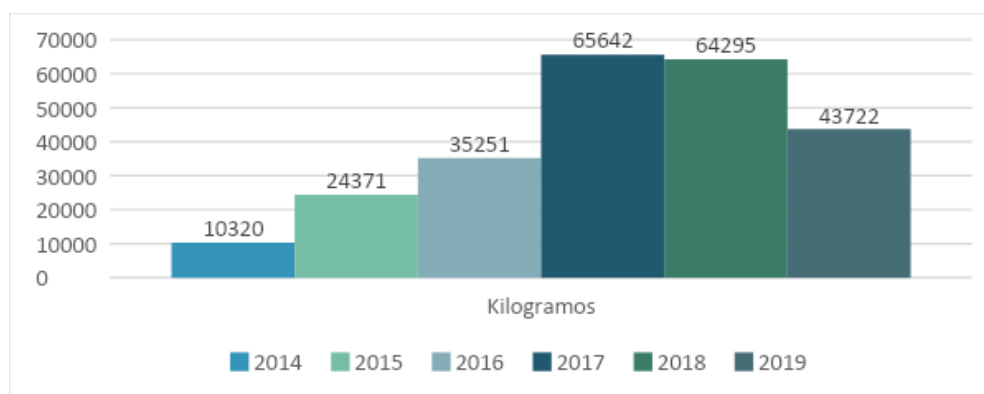


Ilustración 11 Producción de kilogramos anuales de chacinados secos y salazones crudas, del partido de Junín (2014-2019). Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires (elaboración propia).

La producción promedio mensual²⁷ muestra un comportamiento lineal, con una producción promedio de ochocientos treinta y cinco kilogramos con veintiséis gramos desde el año 2015 al año 2018, teniendo valores diferentes en el año 2014, que estuvo por arriba del promedio en un 37,28 % en el año 2019 con un descenso del 24,13%, ambos con respecto a los guarismos promediados entre los años 2015 al 2018. (ver Anexo 8.3)

En 2019 puede observarse un descenso respecto a todos los años anteriores de la serie. El descenso del año dos mil diecinueve está representado por la migración de una de las plantas con mayor producción desde el partido de Junín a una localidad vecina en el partido de

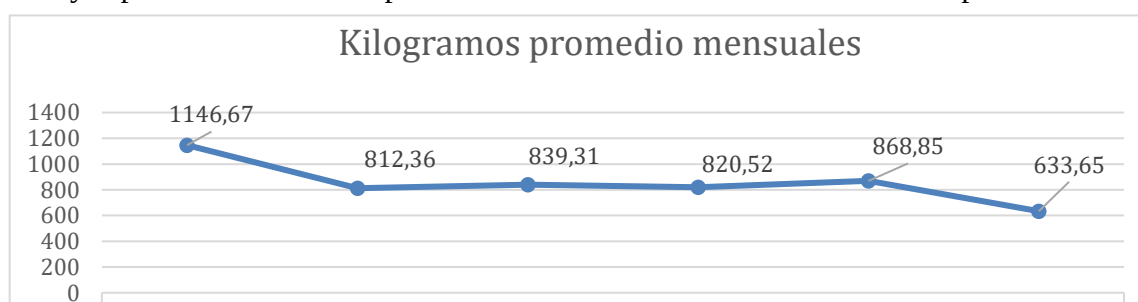


Ilustración 12 Producción promedio de kilogramos mensuales en plantas de chacinados del partido de Junín desde el año 2014 al 2019. Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires (elaboración propia).

²⁷ La producción de las plantas de chacinados no siempre es sostenida a lo largo de todo el año calendario, debido a que puede estar discontinuada la producción, por distintos motivos: haber sido observadas por el organismo de contralor los procesos productivos, higiénicos sanitarios o por falta de regularización de las tasas de producción respectivas. Pudiendo volver a retomar la producción recién una vez subsanadas las observaciones respectivas. En estos casos se puede volver a retomar la producción sólo una vez subsanadas las observaciones respectivas.

General Arenales, a principios de ese año.

Cuando observamos la producción mensual del año 2019, vemos que los meses de enero y febrero arrastran el aumento promedio del año 2018, para luego mantener desde el mes de marzo a noviembre una producción amesetada.

6.3. Resultados del análisis de las encuestas

Las encuestas, se realizaron durante el contexto de aislamiento, dentro del marco sanitario producto de la pandemia por el Covid -19, lo que impidió la presencialidad, debiendo ser realizadas todas ellas vía telefónica. Se realizaron entre los meses de marzo y abril del 2020.

El 62,50% de las empresas contestaron la encuesta.

La empresa más antigua declara tener cinco generaciones involucradas en ella, mientras que

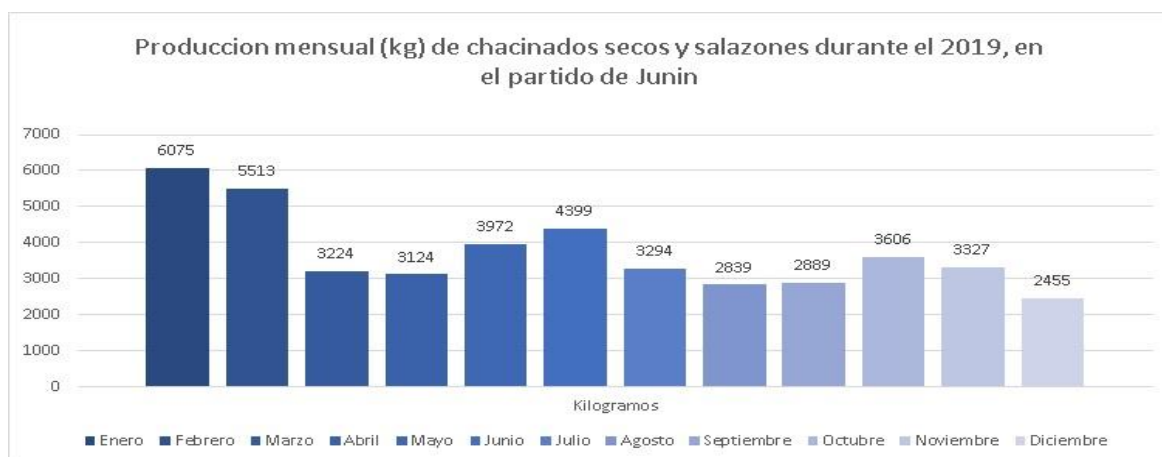


Ilustración 13 Producción mensual (kg) de chacinados secos y salazones durante el 2019, en el partido de Junín. Datos del Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires (elaboración propia).

si tomamos en cuenta los registros provinciales la misma tiene sus comienzos en la década del setenta, específicamente en el año mil novecientos setenta y seis, en la localidad de Agustín Roca.

El resto de las empresas comienzan sus actividades desde la década del 90 en adelante, comprometiendo solamente una o dos generaciones.

Todas las empresas tienen compromiso de sus propietarios en los procesos de elaboración y distribución, mientras que el sesenta por

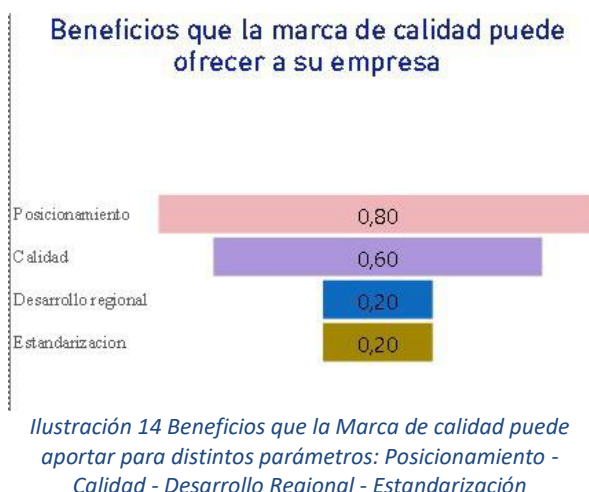


Ilustración 14 Beneficios que la Marca de calidad puede aportar para distintos parámetros: Posicionamiento - Calidad - Desarrollo Regional - Estandarización

ciento (60%) posee empleados. Todas las empresas poseen recetas de elaboración, producto de la transmisión oral o de elaboración propia.

El ochenta por ciento (80%) de las empresas considera que poseer una marca de calidad, tiene relevancia para sus empresas. Contemplando cada atributo consultado, el ochenta por ciento (80%) de las empresas consideran que una marca de calidad aportaría beneficios al posicionamiento de estas en el mercado, mientras que, con respecto a la calidad, solo el sesenta por ciento considera relevante el beneficio que se lograría.

Considerando el beneficio comercial que la marca de calidad aportaría a la empresa el ochenta por ciento lo considera relevante. Tomando en cuenta cada parámetro en particular, la implementación de una marca de calidad tendría un mayor impacto en los estándares de calidad, según el sesenta por ciento de las empresas, mientras que solo para el cuarenta por ciento de ellas impactaría en un aumento de las ventas y representación de los productos. El valor agregado de los productos solo mejoraría para el veinte por ciento de los encuestados.



Ilustración 15 Porcentaje de elaboración para cada uno de los tipos de embutidos de las plantas de chacinados de partido de Junín. Elaboración propia.

Considerando el tipo de producto elaborado (ver ilustración 11), observamos que todas las empresas encuestadas elaboran: salame, salami, bondiola, jamón y lomo crudos. El cuarenta por ciento de las empresas elaboran chorizos colorados, el sesenta por ciento elabora chorizo fresco, mientras que productos como paté, queso de cerdo y morcilla, solo lo elaboran el veinte por ciento de las empresas encuestadas.

La logística de distribución es llevada a cabo por los mismos titulares de las empresas, ya que el ochenta por ciento de los encuestados declara poseer vehículo debidamente habilitado para transportar productos alimenticios, conforme la reglamentación vigente.

La totalidad de los encuestados, declaran poseer una identificación de producto “marca”, aunque solo el cincuenta por ciento ha finalizado la tramitación ante el INPI.

6.4. Marco regulatorio local propuesto para la marca de origen y calidad “Producto Tradicional Junín”

El grado de exigencia de clientes y consumidores con respecto a la calidad de los alimentos se ha elevado y diversificado, en virtud del aumento de la información disponible y de la oferta de una enorme variedad de productos.

Estos consumidores buscan cada vez mayores referencias sobre los alimentos que adquieren, hecho por el cual cobran mayor relevancia su naturaleza, sistemas, procesos de producción y respaldo de sus características específicas, lo que redundará en una mayor calidad. Por ello, se torna fundamental el trabajo basado en el compromiso por parte de los productores, el cuidado puesto en el proceso de elaboración, como así también en las características propias del producto. (Pighin et al, 2019)

Los sellos de calidad alimentaria responden a la distinción de características de calidad adicionales a las que obligatoriamente debe cumplir un alimento. Estas características de calidad se conocen como atributos de calidad diferenciada. (Sañudo, 2019)

Plantas que poseen marca y la tramitaron ante el INPI

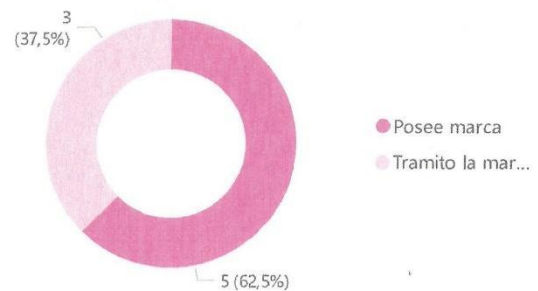


Ilustración 16 Porcentaje de plantas del partido de Junín con trámite ante el INPI. Elaboración propia.

Como afirma Pietrobelli, las políticas tienen que evolucionar con el tiempo y considerar la evolución de los conglomerados empresariales y cadenas productivas.

Es por ello por lo que proponemos un marco regulatorio local para el partido de Junín mediante una Ordenanza²⁸, que pueda dar respuesta a estas exigencias de la cadena de producción y en particular a las exigencias de los consumidores. Ello porque como hemos señalado, los Municipios pueden ser titulares de una Marca de Origen y Calidad.

Esta propuesta de Ordenanza, la hemos estructurado por títulos a efectos de que la misma sea de más fácil lectura e interpretación, con un total de veintidós (22) artículos, dejando en cada uno de los títulos un artículo sin reglamentar, para poder dar a la reglamentación mayor plasticidad y así dar posibilidad de responder a necesidades sobrevinientes con futuras modificaciones.

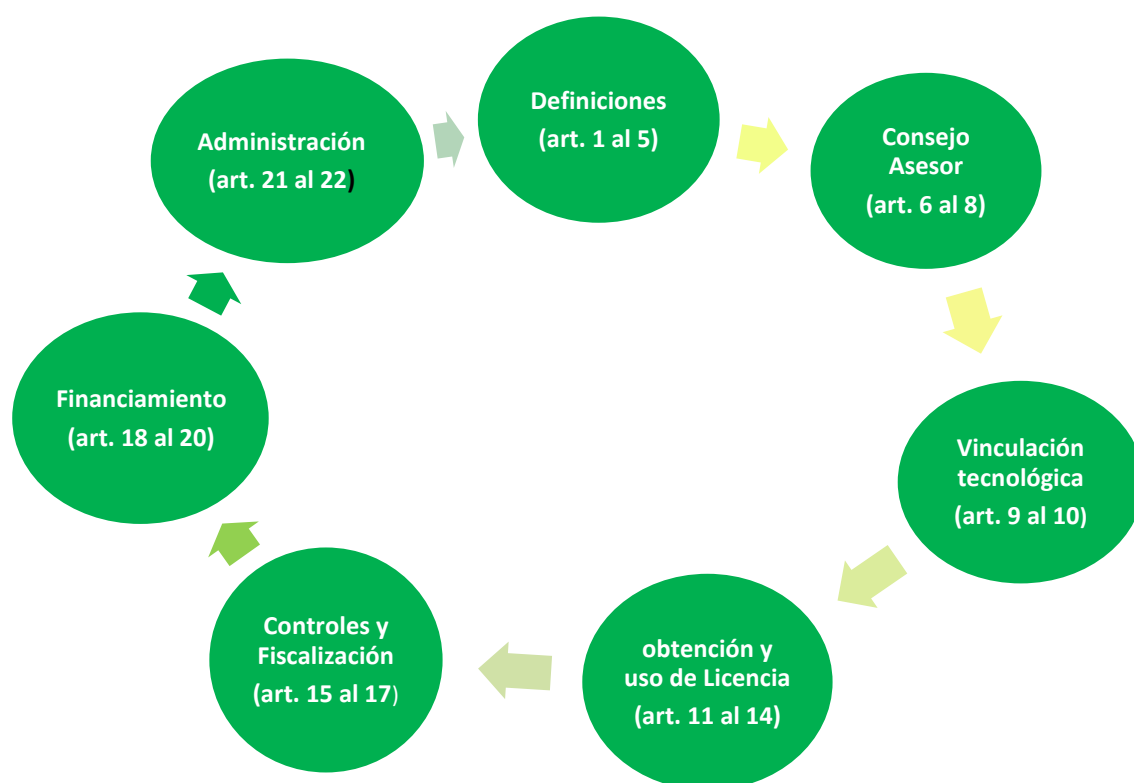


Ilustración 17 Estructura del Proyecto de Ordenanza "Producto Tradicional Junín".

²⁸ Ver anexo 9

6.4.1. Definiciones

Están establecidos en los artículos primero al cuarto de la Ordenanza, quedando el quinto para una futura reglamentación. Establece la creación de la marca de origen y calidad “Producto Tradicional Junín”, como una distinción que otorgará el Municipio a un producto reconocido de producción o fabricación local, para todas aquellas personas físicas o jurídicas que demuestren una antigüedad mínima de cinco años, en la elaboración del producto.

El municipio, como entidad que otorga la licencia de uso, tendrá entre sus funciones la de escoger el logotipo distintivo de la marca “Producto Tradicional Junín”, gestionar y obtener la inscripción ante el INPI, conceder las licencias a todos los solicitantes que cumplan con la totalidad de los requisitos necesarios, percibir aranceles, contribuciones o multas, crear y administrar el registro de licencias de uso de la marca, como también disponer de un régimen de sanciones para los licenciarios que cometan infracciones al reglamento y promocionar y velar por el prestigio de la marca.

6.4.2. Consejo Asesor

Está definido de los artículos sexto al octavo, quedando este último sin reglamentar.

El mismo estará integrado por dos representantes de la Municipalidad de Junín uno (1) en representación de la Secretaría de Desarrollo Económico y uno (1) en representación de la Dirección de Bromatología. Un (1) representante de cada una de las empresas beneficiarias del uso de la Marca, y un (1) representante de la Cámara de Comercio e Industria de Junín, debiendo tener todos asistencia obligatoria.

Las funciones del Consejo Asesor serán: Oficiar de Organismo Asesor; desarrollar y actualizar protocolos de producción para los productos; propiciar y llevar adelante el uso e imposición de la marca en el mercado y revisar los antecedentes de las empresas que desean ingresar al uso de la licencia.

La reunión del Consejo se realizará mensualmente, en lugar a determinar por el mismo, pudiendo, cuando las circunstancias así lo permitan, modificar la frecuencia de las reuniones atento a la cantidad de solicitudes o infracciones a considerar.

6.4.3. Vinculación Tecnológica

Reglamentada en el artículo noveno, quedando el décimo sin reglamentar. A fin de protocolizar y desarrollar la calidad de los productos amparados por la marca “Producto Tradicional Junín”,

se celebrará convenio de colaboración tecnológica con la Universidad Nacional del Noroeste de la provincia de Buenos Aires (UNNOBA).

6.4.4. Obtención y uso de Licencia

Reglamentado desde el artículo décimo primero al décimo tercero, quedando el décimo cuarto sin reglamentar. Los requisitos para cumplir con la obtención de la licencia de uso de la marca son: tener antigüedad mínima de cinco años de actividad de la empresa solicitante en el partido de Junín; tener las obligaciones fiscales y tributarias vigentes en la jurisdicción de la Municipalidad de Junín al día; elaboración del producto a proteger dentro de los límites del partido de Junín; encuadrar los productos a proteger en los protocolos de elaboración; tener ventas sostenidas durante los últimos tres (3) años y hacer un seguimiento estricto de las normativas higiénico sanitarias, municipales, provinciales y nacionales.

La licencia de uso de la marca se tramitará en la secretaría de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Junín, debiendo adjuntar a la solicitud:

- a) Productos para el que solicita el uso de la marca.
- b) Copia de habilitación Provincial que correspondiere al establecimiento solicitante.
- c) Documento que acredite la titularidad del establecimiento o su uso.
- d) Situación respecto a los tributos municipales.
- e) Comprobante de ventas efectuadas durante los últimos tres años.
- f) Copia del formulario de inscripción ante la AFIP.

El Municipio contará con treinta (30) días para expedirse debiendo aceptar, rechazar o solicitar aclaraciones. Una vez aceptado, el productor tendrá noventa días para completar los demás requisitos legales.

El Municipio podrá modificar el registro cuando se hayan producido cambios en las condiciones originales y tendrá la potestad de dar de baja el uso de la licencia, cuando la empresa no cumpla con los requisitos. Para ello notificará mediante cédula la situación y obligará a la entrega de los distintivos, marbetes o rótulos “Producto Tradicional Junín” que no hayan sido utilizados aún.

5.5.5 Controles y fiscalización

Reglamentado por los artículos quince y dieciséis, quedando el diecisiete sin reglamentar. La Dirección de Bromatología Municipal será la encargada de controlar y fiscalizar los procesos

elaborativos de los productos alimenticios, determinación de aptitud, rotulación, transporte y distribución.

Las fábricas de chacinados ya sean categoría A, B o C, serán controladas y fiscalizadas por el Departamento de Industrias Cárnicas del Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, tal cual lo establece la Ley provincial de Carnes Nro. 11.123.

6.4.5. Financiamiento

Reglamentado por los artículos dieciocho y diecinueve, quedando el vigésimo sin reglamentar.

Se crea el fondo “Producto Tradicional Junín”, que se constituirá con los ingresos provenientes de adquisiciones de obleas, cobro de multas y contribuciones. Estos fondos serán los recursos con los que se contará para la implementación de la marca “Producto Tradicional Junín”. Podrá contar el fondo también con previsiones presupuestarias anuales que disponga el Poder Ejecutivo Municipal.

6.4.6. Administrativo

Reglamentado por los artículos vigésimo primero y vigésimo segundo.

6.5. Protocolo propuesto para el seguimiento de la trazabilidad de productos de la marca de origen y calidad “Productos tradicional Junín”.

La trazabilidad es una herramienta que permite el seguimiento a lo largo de la línea de elaboración y a través de la cadena alimentaria. El control incluye desde su inicio como materia prima hasta la obtención del producto final, su transporte y destinos de comercialización. Permite identificar un producto o materias primas y recuperar del mercado, por alguna razón justificable, alimentos ya elaborados. (Ministerio de Agroindustria de la Nación, 2019b)

El Código Alimentario Argentino en su Capítulo XXI, el Decreto 4238/68²⁹ del SENASA, en su Capítulo XXXI y la Circular N° 3958³⁰ del 3 de agosto del 2011, que establece requerimientos y define roles para la implementación de trazabilidad y recall.

El sistema de trazabilidad se diseña e implementa de modo tal que permita el seguimiento hacia atrás y hacia delante de los productos, es decir podemos definir:

- Trazabilidad hacia atrás: De quien se reciben los productos³¹, ¿que se ha recibido exactamente?, ¿cuándo y qué se hizo con los productos cuando se recibieron?
- Trazabilidad de proceso (interna): Cuando los productos se dividen cambian o mezclan, ¿qué es lo que se crea?, ¿a partir de que se crea?, ¿cómo se crea?, ¿Cuándo? y la identificación del producto final.
- Trazabilidad hacia delante: ¿A quién entrega?, ¿Qué se ha vendido exactamente? y ¿Cuándo?

Debemos aclarar que, si se dispone de un sistema de autocontrol adecuado implementado en la empresa, como un análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), este prevé un método de mantenimiento de registros relacionados con la gestión de los riesgos alimentarios que podrá ayudar al montaje del sistema de trazabilidad.

La trazabilidad es una herramienta que se intenta utilizar para cumplir varios objetivos predeterminados. Puede considerarse un elemento entre varios otros diseñados para mejorar la seguridad, el control de calidad, combatir el fraude y administrar cadenas logísticas completas.

²⁹ En el decreto 4238/68 "Reglamento de Inspección de Productos, Subproductos y Derivados de Origen animal" en el Capítulo XXXI – apartado 31.1.7, se estipula que todo elaborador de alimentos deberá mantener disponible, registros que documenten el cumplimiento de los procedimientos, dando seguridad que cada lote fue elaborado de acuerdo con las normas establecidas y que permitan un rápido retiro del mercado del lote, si fueran necesario y lo normado para el decreto Nro. 2687/77 para lácteos y derivados. Las resoluciones Nro. 220/95 para la miel y SAGPyA Nro. 870/06 para salas de extracción de miel, establece que todo establecimiento habilitado por la normativa citada precedentemente deberá poseer manuales de procedimientos de rastreabilidad y de recupero de sus productos ante cualquier emergencia que así lo requiera.

³⁰ Esta circular, está vinculada a la orden interna (Orden de Servicio Nro. 10 del 2012), para el caso de los faenadores de aves.

³¹ El DTe es el documento de tránsito (electrónico) que acompaña al transporte de los animales desde el predio, campo o granja hasta el frigorífico o matadero. Es un documento que contiene número de animales cargados en el camión, la identificación del campo o granja o feed lot mediante número de RENSPA (Registro Nacional Sanitario de Productores Agropecuarios), que representaría la cédula de identidad del predio, caravanas y maracas para el caso de las especies mayores. (Ministerio de Agroindustria de la Nación, 2019a)

Se requiere un lenguaje común y tecnologías estandarizadas a fin de asegurar un procedimiento integrado. (GS1, 2003)

Las acciones o la información del producto útil para la trazabilidad pueden registrarse en hojas de datos sobre papel que acompaña a cada agrupación a lo largo de todos los procesos con carácter interno dentro de una misma empresa. El plazo de conservación de estos será como mínimo, la duración de la vida útil del producto, más un adicional de seis meses.

Como observamos en el siguiente gráfico, los sistemas de gestión de calidad integran distintos sistemas de autocontrol (Buenas Prácticas Agrícolas, Buenas Prácticas de Manufactura y Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), que permite asegurar la rastreabilidad y trazabilidad a lo largo de toda la cadena de producción.



Ilustración 18 Nuevas tendencias en los sistemas de gestión de calidad. Fuente: Aplicación de la Trazabilidad, Ministerio de Agroindustria de la Nación, 2020.

Es importante destacar que un sistema de trazabilidad no tiene por qué ser complicado, el mejor sistema para una empresa es aquel que encaje con sus actividades de trabajo habituales y permite registrar información necesaria a la que luego se pueda acceder de forma rápida y útil. Estudiar detenidamente el sistema de trazabilidad de la empresa puede permitirle sacar beneficio de la información que el sistema genera. (Malvestiti Leonardo J; Vicari Carlos A; Ball Julio, 2010).

6.5.1. Recall: Procedimientos para la localización, inmovilización y retirada de productos.

La documentación entre las distintas empresas que integran la cadena de producción es primordial, entre otras cosas, para localizar y poder recuperar un producto al que se le haya

identificado con una no conformidad que se ya se encuentra en transporte o en el circuito comercial. Esta recuperación se denomina recall e implica una logística que la empresa debe imprimir, relacionada con la localización, comunicación, retiro y disposición del producto final. (Ministerio de Agroindustria de la Nación, 2019b) Dependiendo del riesgo, podemos definir tres tipos de recall: Clase I: El alimento posee defectos que representan un riesgo grave para la salud de los consumidores, con evidencia documentaria de muerte o consecuencias adversas severas para la salud. Clase II: Se aplica a aquellos incidentes en los que existe una probabilidad razonable de consecuencias adversas temporarias y/o reversibles para la salud de las personas al consumir el alimento. Clase III: cuando el motivo del retiro no representa un riesgo apreciable para la salud de los consumidores, pero sí constituye una infracción, por ejemplo, problemas con el rotulado o registros.

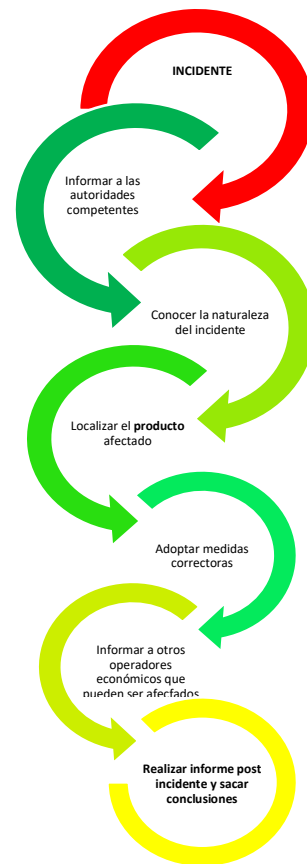


Ilustración 19 Secuencia de procedimientos a realizar durante el "Recall".

El recupero o recall es una forma de gestión de riesgos que puede ser impulsado por: información de proveedores, denuncias de consumidores, actuaciones iniciadas por las autoridades sanitarias competentes nacionales, provinciales y/o municipales y el resultado adverso de una muestra oficial procesada por organismos oficiales.

6.5.2. Tecnología aplicada a la trazabilidad en la industria alimentaria

La capacidad para rastrear productos en ambas direcciones de la cadena de abastecimiento constituye una parte integral de las actividades comerciales, sirviendo también como herramienta para evaluar otros sistemas comerciales³². (Ministerio de Agroindustria de la Nación, 2019c)

³² Gestión de calidad, gestión de riesgos, Administración de información, flujos logísticos, ventas comerciales y evaluación de demandas administrativas.

La cadena de abastecimiento³³ hace parte de la gestión logística de las empresas y está conformada por diversos actores que, en conjunto buscan satisfacer las necesidades específicas del mercado. Estos actores son encargados de coordinar la fabricación y distribución de un producto destinado al intercambio comercial cuyo fin es la satisfacción del consumidor.

Para que la cadena y la trazabilidad sea exitosa debe existir una conexión en todo el proceso, desde la creación del producto hasta su llegada al cliente final, esto exige un flujo de información constante entre los involucrados. A continuación, podemos observar quienes son los actores de la cadena de abastecimiento y qué función cumplen dentro de la misma:

- **Proveedor:** es el primer eslabón en la cadena de abastecimiento. Es una persona o empresa encargada de proveer la materia prima necesaria para la elaboración del producto.
- **Fabricante:** es el encargado de transformar la materia prima en un producto. Debe cumplir con los estándares de calidad de la industria y responder a las necesidades y gustos de los clientes.
- **Agente:** establece la conexión entre el productor y sus posibles clientes, ayudando a concretar acuerdos comerciales. No siempre está presente dentro de la cadena de suministro.
- **Mayorista:** es un intermediario entre el fabricante y los detallistas. Compra al fabricante grandes cantidades de un producto para venderlo al comercio e instituciones, pero no al consumidor final. Este actor debe garantizar un correcto almacenamiento del producto para mantenerlo en perfectas condiciones.
- **Minorista:** son los comercios de venta al por menor que tienen como público objetivo al consumidor final.
- **Cliente o Consumidor:** Persona u organización que adquiere, realiza o disfruta de bienes, productos o servicios.

6.5.2.1. Definición del ítem trazable

Un artículo trazable es un objeto físico del que puede existir la necesidad de obtener información sobre su historial, aplicación o localización. El nivel en que un artículo trazable es

³³ La cadena de suministro de reabastecimiento continuo tiene sus altos y sus bajos en lo que se refiere a la demanda, pero todos sus miembros tratan de satisfacer esa demanda de la manera más eficaz. Posiblemente la característica más distintiva de la cadena de suministro de reabastecimiento continuo es que los clientes tienen un comportamiento de compra real de colaboración.(Gattorna, 2009)

definido dentro de un embalaje de producto o jerarquía logística depende de la industria y el grado de control requerido. (Ministerio de Agroindustria de la Nación, 2019c)

Un artículo trazable puede ser un embarque, unidad logística, artículo comercial que no cruza el puesto de venta, artículo comercial que cruza el puesto de venta o un lote de artículo, artículo comercial seriado. Tomando en nuestro caso relevante importancia el lote como artículo trazable dentro de la producción de chacinados.

6.5.2.2. Claves de identificación y código de barra

Si bien la trazabilidad es independiente de la tecnología aplicada, GS1³⁴ brinda estándares para la implementación de esta, buscando facilitar la utilización de los diferentes actores de la cadena de abastecimiento. GS1 asegura la identificación única y global de cada elemento de la cadena de abastecimiento.

GTIN: Número global de artículos comerciales. Posee trece dígitos identificando al país donde fue dado de alta el producto, la empresa dueña de la marca y el código del artículo. Se usa para los productos de venta minoristas y agrupados de los mismos que se manipulan en depósitos.

SGTIN: GTIN + Número de serie: El número de serie es un número asignado a un artículo trazable que lo identifica individualmente.

SSCC: Clave de identificación para pallets.

GSIN: Número de identificación de embarques. Clave de identificación GS1 usada para identificación de envíos, es equivalente a un número de remito.

GLN: Número global de localización. Clave de identificación GS1 utilizada para identificar locaciones o agentes dentro de la cadena de abastecimiento.

Los identificadores de aplicación (AL) en cambio, son un conjunto finito de identificadores definidos utilizados para conectar cosas físicas y cosas lógicas con información o mensajes de negocios relacionados a los mismos. Brindan un significado estándar para los datos, son utilizados en todo el mundo y su interpretación es confiable. Permite que distintos datos se

³⁴ GS1 significa Estándares Mundiales Uno. Como sugiere el nombre, esta organización puede ser considerada primordialmente como la que administra los estándares para designar los varios sistemas de números de los cuales el comercio mundial depende. Fue dado de alta en el año 2005 por la fusión de EAN Internacional (que manejaba los números EAN de 13 dígitos) y el Consejo de Códigos Uniformes o UCC (que manejaba los números UPC de 12 dígitos). EL 7 DE JUNIO DEL 2005 EL UCC SE CONVIRTIÓ EN LA Organización de filiación oficial de GS1 para los Estados Unidos, bajo el nuevo nombre de GS1 US. (Barcodes, 2005)

codifiquen en un mismo símbolo de código de barra y son prefijos que definen campos de datos que siguen e indican su formato.

Son aproximadamente más de ciento cuarenta identificadores de aplicación:

- 7 AI's para Claves (GTIN, GLN, SSCC, GRAI, GIAI, GDTI, y GSRN).
- 45 AI's son atributos de artículos comerciales como cantidad variable, peso neto, número de lote y fecha de vencimiento, entre otros.
- 28 AI's son atributos de unidades logísticas como cantidad de artículos comerciales contenidos, peso bruto, volumen bruto y código de enrutamiento.

Los identificadores de aplicación más comunes para el uso en trazabilidad son:

- 00 para el SSCC
- 01 para el GTIN
- 10 para el número de lote
- 11,12,13,15 y 17 para formato de fechas.
- 21 para número de serie
- 30 cantidad de cada uno en el GTIN
- 310n y 320n para peso
- 420 y 4521 para códigos postales
- 8003 y 8004 para bienes

El portador de datos (código de barras) es el medio utilizado para representar datos en un formato que puede ser leído por una máquina. El sistema GS1 especifica el portador para cada situación. Si bien existen cinco (EAN-13³⁵, GS1-128, GS1 Data-bar³⁶, GS1 Datamatrix³⁷ y Código QR³⁸) portadores de datos utilizables en trazabilidad, describiremos solo el GS1-128, el

³⁵ Se debe utilizar en todos los artículos escaneados en el punto de venta, sirve para incorporar la identificación de la unidad comercial. Posee 13 dígitos, de los cuales los tres primeros sirven para identificar el país, seguidos de cuatro para la empresa y luego cinco para el producto. El último dígito es de control.

³⁶ Se suele utilizar para productos de pequeño tamaño como frutas o de venta por peso como carnes y quesos.

³⁷ Su aplicación se recomienda para productos pequeños que requieran portar datos de trazabilidad. Puede ser leído por escáneres fotográficos.

³⁸ Generalmente utilizado en publicidad y marketing. Por medio de la lectura con un celular, que funciona como un scanner fotográfico, se puede acceder a una página web que nos brinda información adicional del producto.

cual representa junto con el EAN-13 uno de los de mejor aplicación en la industria de chacinados.

6.5.2.3. Portador de datos GS1 – 128

GS1 posee una licencia exclusiva de uso. Esta simbología extremadamente flexible se utiliza para codificar cadenas de elementos, utilizando identificadores de aplicación. De esta manera se puede incorporar información de trazabilidad sobre el ítem trazable como, por ejemplo:

- ✓ GTIN: Identificador de aplicación (01)
- ✓ Nro. De Lote: Identificador de aplicación (10)
- ✓ Nro. De Serie: Identificación de aplicación (21)
- ✓ Fecha de vencimiento: Identificación de aplicación (17)

Se puede incorporar mucha más información, usando identificadores de aplicación diferentes. Suele utilizarse en el sector de salud, en envases primarios de medicamentos. Puede ser leído por escáneres lineales y fotográficos.



Ilustración 20 Identificación de datos del portador GS1 - 128. Fuente: Ministerio de Agroindustria de la Nación, 2019.

7 Conclusiones

1-. En el año 2019 existían en el partido de Junín un total de nueve (9) fábricas de chacinados: cinco (5) dentro del casco urbano de Junín; una (1) en la zona rural próximo a la rotonda de ruta provincial número 65 y ruta provincial número 46; dos (2) en la localidad de Agustín Roca y una (1) en la localidad de Fortín Tiburcio.

La producción de chacinados secos y salazones crudas en el partido de Junín, ha mantenido una evolución constante a lo largo de los años analizados, desde el año 2014 al 2019.

La producción mensual mostraba un comportamiento lineal, con un promedio de ochocientos treinta y cinco (835) kilogramos mensuales por fábrica de chacinados.

La totalidad de los encuestados elaboraba: salamín, salame, lomo crudo, jamón crudo y bondiola.

Todas las empresas poseen recetas de elaboración, producto de la transmisión oral o de confección propia.

La totalidad de los encuestados, declaran poseer una identificación de producto “marca”, aunque solo el cincuenta por ciento (50%) ha finalizado la tramitación ante el INPI.

El sesenta y dos coma cinco (62,50%) de las empresas contestaron la encuesta.

El ochenta por ciento (80%) de las empresas considera que poseer una marca de calidad, tiene relevancia para sus empresas.

El ochenta por ciento (80%) de los productores encuestados, expresó que la Marca de Origen y Calidad puede ofrecer beneficios al posicionamiento de su empresa en el mercado.

El sesenta por ciento (60%) de los productores encuestados elaboraba chorizo fresco.

El sesenta por ciento (60%) de las empresas posee empleados.

Según el sesenta por ciento (60%) de las empresas la implementación de una marca de calidad tendría un mayor impacto en los estándares de calidad,

Para el cuarenta por ciento (40%) de ellas impactaría en un aumento de las ventas y representación de los productos

El chorizo colorado era elaborado por el cuarenta por ciento (40%) de los encuestados y solo un veinte por ciento (20%) de los productores elaboraba queso de cerdo, morcilla y paté.

Para el veinte por ciento (20%) de los encuestados con una Marca de Origen y Calidad se beneficiaría el desarrollo regional y la estandarización de los productos elaborados.

El conocimiento sobre la dimensión del universo productivo de las fábricas de chacinados del partido de Junín permitiría apuntalar políticas públicas que permitan el crecimiento y la implementación de normas de calidad.

2-. La diferenciación entre la Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas y Marca de Origen y Calidad se realizó analizando las siguientes cinco (5) dimensiones:

	Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas	Marcas de Origen y Calidad
Titularidad	La titularidad es del Estado, y el uso del nombre geográfico corresponde a una agrupación de personas.	Titularidad a las personas privadas.
Protección y registro	La autoridad de aplicación es el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación.	La autoridad de aplicación es el Instituto Nacional de Propiedad Intelectual (INPI), dependiente del Ministerio de la Producción y Trabajo de la Nación
Funciones	Establece el origen geográfico	Establece el origen geográfico y empresarial
Reglas de uso	Tiene establecida las normas de producción y elaboración en el llamado “pliego de condiciones” que es supervisado por el estatuto redactado por el Consejo Regulador	No exige protocolo que establezcan determinadas condiciones de elaboración de producto. Expresa la imagen y saber de la empresa.
Vigencia	No tienen caducidad mientras se mantengan las condiciones y cualidades de elaboración.	Diez años, pudiendo ser renovada indefinidamente por períodos iguales, si la misma fue utilizada dentro de los cinco años previos a su vencimiento.

3-. Tal cual como fue propuesto en los objetivos específicos, se ha elaborado un ante proyecto de ordenanza municipal regulatoria de una Marca de origen y calidad para el “Producto Tradicional Junín”, dejando también bosquejado un programa de trazabilidad.

4-. La implementación de la trazabilidad permitirá actuar en forma rápida ante la necesidad de aplicar medidas de “recall”, ante la identificación de una “no conformidad” en la cadena de abastecimiento.

La implementación de una marca de origen y calidad introduciría a los productores en los procesos de trazabilidad alimentaria, asegurando la salud pública de los consumidores.

5-. Se observa que existe un fuerte concepto por parte de los productores, de vincular la marca de calidad con atributos de seguridad alimentaria y no tanto con el desarrollo regional o un aumento de las ventas.

6-. Considerando que la producción de chacinados se caracteriza por ser un emprendimiento unipersonal, con procesos de manufacturas muy personales, es entendible el poco impacto que se atribuiría a la estandarización de producto y valor agregado a partir de la implementación de una “marca de calidad”.

7-. El productor asocia con la estandarización a la utilización de similares recetas de formulación, mientras que el presente trabajo hace referencia a la estandarización de normas de calidad.

8-. La implementación del uso de una marca de calidad permitiría potenciar el posicionamiento de los productos a nivel regional, apuntalando aún más la percepción positiva que los consumidores poseen con respecto al know how de los productores que elaboran chacinados en el partido de Junín.

8. Bibliografía

¿Qué queremos y qué hacemos con el cerdo? (2019).

Barcodes, S. (2005). *Qué es GS1 (antes conocido como EAN Internacional y UCC)* (Vol. 1, p. 6066).

Cámara Argentina de la Industria de Chacinados. (2017). *Industria de chacinados*. CAICHA.

Claudio, B., & Darriba, I. (2011). *Breve historia de las Indicaciones Geográficas*.

Código Argentino Alimentario. (2017). *Capítulo VI, Alimentos cárnicos y afines* (Vol. 247). Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica.

Decreto Nacional 556. (2009). Boletín Oficial de la República Argentina, publicado el 18 de mayo de 2009. <https://doi.org/IdSAIJ:DN20090000556>

Decreto Nro. 297 (pp. 1–7). (2020). Boletín Oficial Nro. 227042 de la República Argentina.

Dirección de Auditoría Agroalimentaria, del M. de A. (2011). *Digesto de normativa aplicable* (Issue 1900). Ministerio de Agroindustria de la Provincia de Buenos Aires.

Fernando Tauber. (1997). *Junín, Reflexiones y Datos para una Estrategia de Desarrollo* (1ra ed.). Departamento de Publicaciones e Impresos de la Dirección de Contabilidad y Servicios Auxiliares del Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires.

Gattorna, J. (2009). *Cadenas de abastecimiento dinámicas (Como movilizar la empresa alrededor de lo que los clientes quieren)*. (E. L. Ediciones (Ed.); 1ra edición).

GS1. (2003). *Trazabilidad* (p. 116). GS1 Argentina.

Héctor Niubo, L Domínguez, L Tejada, M Parzanese, M. A. (2014). *Indicación Geográfica y Denominación de Origen, productos con calidad vinculada al Origen*. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca; Presidencia de la Nación.

Iglesias, D. H. (2002). *CADENAS DE VALOR COMO ESTRATEGIA: LAS CADENAS DE VALOR EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO*.

Informes de cadenas de valor. (2019).

Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual (INPI). (n.d.-a). *Marcas, vistas de marcas*. Ministerio de la Producción y Trabajo, Presidencia de la Nación.

Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual (INPI). (n.d.-b). *Marcas DDJJ de uso de medio término*. Ministerio de la Producción y Trabajo, Presidencia de la Nación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing, versión para Latinoamérica* (M. Pearson Educación (Ed.); 11th ed.).

La nueva Provincia, D. (2013). *Fiesta del Fiambre Casero*.

Ley Nacional Nro. 26.967. (2014). Secretaria de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación.

Ley Nro. 22.362. (1980). Boletín Oficial de la República Argentina, publicado el 2 de enero de 1981. <https://doi.org/IdSAIJ:LNS0002759>

Ley Nro. 25.380. (2000). Boletín Oficial de la República Argentina, publicado el 12 de enero de 2001. <https://doi.org/IdSAIJ:LNS0004547>

Ley Nro. 11.123 Sanitaria de Carnes de la provincia de Buenos Aires. (1991). <https://doi.org/iidSAIJ:LPB0011123>

MAGyP. (2019). *Caracterización del Mercado Nacional e Internacional de Chacinados y*

Salazones (CyS).

Malvestiti Leonardo J; Vicari Carlos A; Ball Julio. (2010). Bases para la implementación de un sistema de trazabilidad. *SENASA. Dirección Nacional de Fiscalización Agroalimentaria, Dirección de Fiscalización de Productos de Origen Animal.*

Marcas. (n.d.).

Microsoft. (2020). *PowerBI*. <https://powerbi.microsoft.com/es-es/what-is-power-bi/>

Ministerio de Agroindustria de la Nación. (2019a). *Aplicación de la trazabilidad.*

Ministerio de Agroindustria de la Nación. (2019b). *Nociones generales de la trazabilidad.*

Ministerio de Agroindustria de la Nación. (2019c). *Tecnología Aplicada a la Trazabilidad.*

Municipalidad de Junín. (2001). *Plan Estratégico de Desarrollo* (Primera ed.).

Niubo Héctor. (n.d.). *Similares pero diferentes (Indicaciones Geográficas, Denominaciones de Origen, Marcas, Marcas Colectivas y de Certificación).*

OMPI, O. M. de P. intelectual. (1989). *Reseña del Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas (1891) y del Protocolo Concerniente a ese Arreglo (1989). 1891.*

Pérez, D. F. S. (2012). *Las diferencias entre las marcas y las Denominaciones de Origen.* 1–24.

Pietrobelli, C. R. R. (2005). *Mejora de la competitividad en clúster y cadenas productivas en América Latina, El papel de las políticas* (pp. 1–87).

Pighin, D.; Pazos A. B. M. C... M. J. M.; M. P. H. N. M. G. G. (2019). Argentina. Sello Alimentos Argentinos. In *Marcas de calidad de carne en Iberoamérica (Caribe, Sudamérica y Península Ibérica)* Instituto Politécnico de Braganza, Portugal: Red Mascarme (pp. 117–120).

Sanudo, A. T. C. (2019). *Marcas de calidad de carne en Iberoamérica Caribe, Sudamérica y Península Ibérica* (C. I. de M. de C. de C. y de P. Cárnicos (Ed.)).

Secretaria de Agricultura, G. y P. de la N. (2019). *Boletín Porcino Diciembre 2019.*

Secretaria de Agroindustria. (2018a). *Do Salame de Tandil* (pp. 1–11). Ministerio de Producción y Trabajo; Presidencia de la Nación.

Secretaria de Agroindustria. (2018b). *Ig salame típico de Colonia Caroya* (pp. 1–11). Ministerio de Producción y Trabajo, Presidencia de la Nación.

SENASA. (n.d.). Descargado El 26 de Febrero del 2020.

Velasco, I. C. G. (2016). *Los signos distintivos: implicaciones de una marca colectiva frente a una denominación de origen.* 1–25.

9. Anexos

9.4. Establecimientos (Fábricas de Chacinados y Salazones) habilitadas en el partido de Junín, provincia de Buenos Aires, conforme Ley provincial Nro. 11.123, del 204 al 2019

Habilitación	Cuit	Nuevo Código
54 – 08	30 - 65336463 - 2	054 - 04 - 10579 - 101
54 – 16	30 - 71019853 - 1	054 - 04 - 01591 - 793
54 – 18	20 - 25597464 - 6	054 - 04 - 07266 - 533
54 – 19	23 - 33410746 - 9	054 - 04 - 16176 - 848
54 – 20	30 - 71477535 - 5	054 - 04 - 11399 - 167
54 – 21	20 - 04975163 - 0	054 - 04 - 09695 - 203
54 – 23	23 - 30573199 - 4	054 - 04 - 11317 - 115
54 – 25	23 - 25034083 - 4	054 - 04 - 11651 - 199
54 – 26	20 - 30074230 - 1	054 - 04 - 11639 - 211
54 – 31	30 - 71567405 - 6	054 - 04 - 15610 - 622
54 – 34	30 - 71617655 - 6	054 - 04 - 17188 - 781

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas, www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

9.5. Producción anual y mensual en kilogramos de Chacinados y Salazones de plantas habilitadas en el partido de Junín, durante los años 2014 a 2019

Razón Social	Año	Mes	Kg
Alalta SRL			
	2017	1	600
	2017	2	500
	2017	3	1500
	2017	4	150
	2017	5	100
	2017	6	120
	2017	7	110
	2017	8	190
	2017	9	140
	2017	10	135
	2017	11	120
	2017	12	125

2018	1	110
2018	2	145
2018	3	136
2018	4	195
2018	5	205

Suma 4581 Promedio 269,47 Mín. 100 Máx. 1500

Bello Agustina

2017	11	498
2017	12	738
2018	1	240
2018	2	850
2018	3	900
2018	4	964
2018	5	957
2018	6	1056

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas.
www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicosrch.php

Razón Social

Año	Mes	Kg
2018	7	1589
2018	8	2500
2018	9	2350
2018	10	2360
2018	11	2100
2018	12	2470
2019	1	2380
2019	2	2482
2019	5	924
2019	6	1180
2019	7	1420
2019	8	1310
2019	9	1075
2019	10	1422
2019	11	1273

Suma 33038 Promedio 1436,43 Mín 240 Máx 2500

Dufour Verónica Silvina

2017	1	600
2017	2	500
2017	3	500
2017	4	550
2017	5	500
2017	6	450
2017	7	500
2017	8	550
2017	9	500
2017	10	550
2017	11	550
2017	12	500
2018	1	800
2018	2	450
2018	3	500
2018	4	550

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas.
www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

Razón Social	Año	Mes	Kg
	2018	5	600
	2018	6	500
	2018	7	600
	2018	8	1000
	2018	9	550
	2018	10	600
Suma 12400	Promedio 563,63	Mín. 450	Máx. 1000

Establecimiento Las Tres Marías

	2019	12	480
Suma 480	Promedio 480	Mín. 480	Máx. 480

Junín Soife SRL

	2019	2	62
	2019	3	60
	2019	4	60
	2019	5	64
	2019	6	65
	2019	8	65
Suma 376	Promedio 62,66	Mín. 60	máx. 65

La Campestre SRL

	2015	9	500
	2015	10	500
	2015	11	500
	2015	12	500
	2016	1	500
	2016	2	500
	2016	3	500

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas.
www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

Razón Social	Año	Mes	Kg
	2016	4	500
	2016	5	500
	2016	6	500
	2016	7	500
	2016	8	500
	2016	9	500
	2016	10	500
	2016	11	500
	2016	12	500
	2017	1	500
	2017	2	500
	2017	3	500
	2017	4	500
	2017	5	500
	2017	6	500
	2017	7	500
	2017	8	500
	2017	9	500
	2017	10	500
	2017	11	500
	2017	12	500
	2018	1	500
	2018	2	500
	2018	3	500
	2018	4	500
	2018	5	500
	2018	6	500
	2018	7	500
	2018	8	500
	2018	9	500
	2018	10	500
	2018	11	500
	2018	12	500
	2019	1	500
	2019	2	500
	2019	3	500
	2019	4	500

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas.
www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

Razón Social	Año	Mes	Kg
	2019	5	200
	2019	6	400
	2019	7	500
	2019	8	500
	2019	9	500
	2019	10	500
	2019	11	500
	2019	12	500
Suma 25600	Promedio 492,30	Mín. 200	Máx. 500

Larocca Norberto

2014	12	260
2015	1	250
2015	2	280
2015	3	350
2015	4	520
2015	5	335
2015	6	320
2015	7	390
2015	8	270
2015	9	405
2015	10	405
2015	11	450
2015	12	430
2016	1	385
2016	2	365
2016	3	370
2016	4	300
2016	5	310
2016	6	360
2016	7	320
2016	8	380
2016	9	365
2016	10	320

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas
ww.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

Razón Social	Año	Mes	Kg
	2016	11	430
	2016	12	230
	2017	1	770
	2017	2	633
	2017	3	800
	2017	4	860
	2017	5	980
	2017	6	700
	2017	8	990
	2017	9	790
	2017	10	970
	2017	11	800
	2017	12	820
	2018	1	1000
	2018	2	620
	2018	3	780
	2018	4	970
	2018	5	560
	2018	6	675
	2018	7	840
	2018	8	725
	2018	9	700
	2018	10	975
	2018	11	745
	2018	12	780
	2019	1	1000
	2019	2	410
	2019	3	790
	2019	4	800
	2019	5	815
	2019	6	750
	2019	7	720
	2019	8	460
	2019	9	660
	2019	10	580
	2019	11	505
	2019	12	520

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas
www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

Suma 35293 Promedio 588,21 Mín. 230 máx. 1000

Razón Social	Año	Mes	Kg
Luis Aníbal Ugrotte			
	2015	11	1008
	2015	12	1518
	2016	1	1480
	2016	2	1288
	2016	3	896
	2016	4	2581
	2016	5	1903
	2016	10	1543
	2016	12	2009
	2017	1	2230
	2017	2	1947
	2017	3	1245
	2017	4	1330
	2017	5	1431
	2017	6	2365
	2017	8	2129

Suma 26903 Promedio 1681,43 Mín. 896 máx. 2581

Miedema Luciano			
	2016	11	4
	2016	12	5
	2017	1	5
	2017	2	5
	2017	3	5
	2017	4	5
	2017	5	3
	2017	6	4
	2017	7	4
	2017	8	4

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas.
www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

Razón Social	Año	Mes	Kg
	2017	9	4
	2017	10	4
	2017	11	4
	2017	12	4
	2018	1	4
	2018	2	4
	2018	3	4
	2018	4	4
	2018	5	4
	2018	6	4
	2018	7	4
	2018	8	4
	2018	9	4
	2018	10	4
	2018	11	4
	2018	12	4
	2019	1	5
	2019	2	4
	2019	3	4
	2019	4	4
	2019	5	4
	2019	6	4
	2019	7	4
	2019	8	4
	2019	9	4
	2019	10	4
	2019	11	4
	2019	12	5
Promedio 4,15	Mín. 3	Max 5	Suma 158

Picchi Amadeo			
	2019	1	250
	2019	2	250
	2019	3	300

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas
www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

Razón Social	Año	Mes	Kg
	2019	4	150
	2019	5	500
	2019	6	500
	2019	7	650
	2019	8	500
	2019	9	650
	2019	10	1100
	2019	11	1000
Suma 5850	Promedio 531,81	Mín. 150	Max 1100

Pig Argentina SA			
	2014	3	1100
	2014	7	980
	2014	8	1100
	2014	8	1350
	2014	9	1080
	2014	10	1350
	2014	11	1400
	2014	12	1700
	2015	1	1000
	2015	2	1300
	2015	4	1100
	2015	5	1150
	2015	5	1150
	2015	6	1180
	2015	7	1310
	2015	8	1250
	2015	9	1200
	2015	10	1450
	2015	11	1570
	2015	12	1780
	2016	1	1735
	2016	4	1465
	2016	5	1775

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas
www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

Razón Social	Año	Mes	Kg
	2016	6	1760
	2016	8	280
	2016	9	2089
	2016	10	180
	2016	11	1798
	2016	12	2325
	2017	1	2080
	2017	2	2060
	2017	3	2295
	2017	4	2000
	2017	5	2940
	2017	6	2355
	2017	7	2050
	2017	8	2330
	2017	9	2140
	2017	10	2070
	2017	11	1940
	2017	12	2265
	2018	1	2110
	2018	2	1780
	2018	3	1710
	2018	4	3376
	2018	5	1930
	2018	7	1840
	2018	8	1975
	2018	9	2066
	2018	10	2165
	2018	11	2190
	2018	12	2458
	2019	1	1940
	2019	2	1805
	2019	3	1570
	2019	4	1610
	2019	5	1465
	2019	6	1500

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas
www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

Suma 98922 Promedio 1705,55 Mín. 180 Max 3376
Suma total 243601

9.6. Producción en kg. Anuales de chacinados secos y salazones, del partido de Junín, desde el 2014 al 2019.

Año	Kilogramos	
2014	Suma	10320
	Promedio	1146,66
2015	Suma	24371
	Promedio	812,36
2016	Suma	35251
	Promedio	839,30
2017	Suma	65642
	Promedio	820,52
2018	Suma	64295
	Promedio	868,85
2019	Suma	43722
	Promedio	633,65
Suma total		243601

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

9.7. Establecimientos habilitados durante el 2019, agrupados por categorización y ámbito de comercialización en el partido de Junín.

Vto	Comercialización	Razón social	Domicilio	Localidad	
Fabrica Chacinados Frescos					
Municipal	Pig Argentina SA	Mayor López 145	Junín	1/7/2019	
Municipal	Larocca N. Alcides	Los Tilos Nro. 325	Junín	31/12/2019	
Provincial	La Campestre SRL	Alberdi Nro. 189	Junín	31/12/2019	
Provincial	Altana SRL	25 de mayo Nro. 898	Junín	31/12/2019	
Provincial	Miedema Luciano	Ruta Prov. 65 Km 75	Junín	31/12/2019	
Provincial	Dufour Verónica S. Bme.	Mitre Nro. 170 A. Roca	31/12/2019		

Fabrica Chacinados Secos

Municipal	Larocca N. Alcides	Los Tilos Nro. 325	Junín	31/12/2019
Municipal	Pig Argentina SA	Mayor López 145	Junín	30/12/2019
Provincial	Dufour Verónica S.	Bme. Mitre Nro. 170 A.	Roca	31/12/2019
Provincial	Bello Agustina	Dorrego Nro.61	F. Tiburcio	31/12/2019
Provincial	Miedema Luciano	Ruta Prov. 65 Km75	Junín	31/12/2019
Provincial	Picchi Amadeo	Belgrano Nro. 383	A. Roca	31/12/2019
Provincial	Est. las Tres Marías	I. de la Sota	Junín	31/12/2019
Provincial	La Campestre SRL	Alberdi Nro. 189	Junín	31/12/2019

Fabrica Salazones Crudas

Municipal	Junín Soife SRL	Libertad Nro. 708	Junín	31/12/2019
Municipal	Larocca N. Alcides	Los Tilos Nro. 325	Junín	31/12/2019
Municipal	Pig Argentina SA	Mayor López 145	Junín	30/12/2019
Provincial	Bello Agustina	Dorrego Nro. 61	F. Tiburcio	31/12/2019
Provincial	Est. las Tres	I. de la Sota	Junín	31/12/2019
Provincial	Miedema Luciano	Ruta Prov. 65 Km 75	Junín	31/12/2019

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, Departamento de Industrias Cárnicas
www.maa.gba.gov.ar/sistemas/consultas_carnicos/v_estab_carnicossrch.php

9.8.Encuestas

9.8.1. Planta habilitación provincial Nro.: 54 – 34

Fecha: 30/3/2020

Habilitación: 54 – 34

Entrevistado: LUIS ANIBAL UGROTTE

Vinculación con la empresa: SOCIO /GERENTE

1. ¿Desde cuándo se inició en la actividad?

Me inicie en el año 1994. Mi experiencia como hombre de campo, hijo de gringo, donde se hacía prácticamente todo en casa, conservas muchos dulces, todo lo que era fiambres. A mí me encantaba ayudar a mi viejo, me acuerdo de que me tocaba siempre derretir la grasa, y bueno vi como el lo hacía en épocas donde empezaba a helar en marzo y terminaba de helar en agosto y a veces algo más, eran épocas muy fáciles de hacer el fiambre. Todo lo contrario, tal vez en el momento que yo comencé con la elaboración de fiambres en un campo en Agustín Roca, y bueno me llevo mucho tiempo para lograr hacer el clima y el ambiente para que salga con un sabor aceptable que realmente fuese apreciado por mucha gente, que ya lo conoce hasta por mi apellido el fiambre, con la suerte de tener 73 años, y haber conseguido un socio joven con ganas de luchar también, para que la empresa subsista ya que no he tenido seguidores en mi empresa, la cual la hice con mucho cariño y amor. Realmente me ha costado mucho tiempo para no poner productos químicos y hacer realmente un fiambre artesanal, un fiambre casero. En muchas circunstancias he perdido toda la camada de salame porque el calor, el clima y la humedad no me acompañaban, y bueno hasta que le di la tecla con el frio, calor y humedad y pude lograr el fiambre que estoy sacando en este momento y ahora mucho mejor por haber instalado una fábrica nueva, ya sacando todos los defectos que tenía antes, tal vez con un conocimiento de tantos años, fabricar ahora es un placer, con algunos adelantos que uno puede tener ahora en lo que es ventilación, los aires mejores, como ha avanzado la tecnología, para uno es un éxito todo esto también. De esa manera desarrolle mi industria hasta el día de hoy, donde Dios me de vida que la voy a seguir.

2. ¿Cuántas generaciones familiares están involucradas con la producción de chacinados artesanales?

Dos generaciones

3. ¿Utiliza recetas propias o provienen de la transmisión oral?

Las recetas son propias, son las utilizadas por mi familia.

4. ¿Qué tipos de chacinados produce?

Producimos salame, salami, bondiola, jamón crudo y lomo crudos.

5. ¿Posee vehículo propio para la distribución?

Si tenemos un vehículo propio habilitado por SENASA, para hacer la distribución de los productos.

6. ¿Cuántos empleados fijos posee en la planta?

Dos empleados, somos dos socios.

7. ¿Posee marca de producto?

Si, tenemos marca registrada desde el año 2015.

8. Posee trámite ante la UCAL iniciado **No** Terminado

9. ¿Tramita la marca de producto ante el INPI?
[En trámite](#)
10. ¿Considera que poseer una “Marca” que identifique la producción de chacinados de Junín tiene relevancia?
[Si, da posicionamiento ante el cliente, que busca calidad y productos reconocidos.](#)
11. ¿Considera que poder utilizar una marca “¿Chacinados de Junín”, le traería beneficios comerciales a su empresa?
[Si, la marca me identificaría com un producto de calidad. El consumidor pide la marca.](#)

9.8.2. Planta habilitación provincial Nro.: 54 – 26

Fecha: 26/3/2020

Habilitación: 54 – 26

Entrevistado: SANTIAGO TORNELLO

Vinculación con la empresa: SOCIO /GERENTE

1. ¿Desde cuándo se inició en la actividad?

Fábrica se inició en 2015 y nosotros comenzamos a trabajar en septiembre 27 del 2019.

2. ¿Cuántas generaciones familiares están involucradas con la producción de chacinados artesanales?
Ninguna, es un emprendimiento de Alejandro y mía. Es la primera generación

3. ¿Utiliza recetas propias o provienen de la transmisión oral?
Las recetas son propias, fuimos corrigiendo con bibliografía, utilizando la receta original de la persona que le compramos la fábrica y la fuimos mejorando como el agregado de Starter como para asegurar la acidificación del salame, y antioxidantes. fuimos haciendo pequeñas correcciones a lo largo del tiempo para tener una calidad pareja y asegurar calidad.

4. ¿Qué tipos de chacinados produce?
Producimos salame, salami, bondiola, jamón y lomo crudos y chorizos frescos.

5. ¿Posee vehículo propio para la distribución?
Si tenemos un vehículo propio habilitada por SENASA, para hacer la distribución de los productos.

6. ¿Cuántos empleados fijos posee en la planta?
Ninguno, somos dos socios y todo el trabajo de elaboración lo realizamos nosotros, no tenemos personal contratado.

7. ¿Posee marca de producto?
Si, tenemos marca registrada desde el año 2015.

8. Posee trámite ante la UCAL iniciado SI Terminado Se inició el trámite de cambio de razón social, esta toda la documentación presentada.

9. ¿Tramitó la marca de producto ante el INPI?
Si, se tramitó en el INPI hacer varios años, ahora se está realizando un cambio de titularidad

10. ¿Considera que poseer una “Marca” que identifique la producción de chacinados de Junín tiene relevancia?
Sería interesante ir posicionando la Marca chacinados de Junín, me parece que uno aquí en la región estamos muy acostumbrados a ver un montón de productos y es lo normal, pero si me paso que cuando hablas con gente de Capital o gran Buenos Aires, ellos si tienen más desesperación por fiambre casero o cosas que para nosotros es más corriente. Por ahí me parece que sería interesante tener una marca propia, aparte también para ir estandarizando y fomentar este desarrollo de productos regionales.

11. ¿Considera que poder utilizar una marca “¿Chacinados de Junín”, le traería beneficios comerciales a su empresa?
Creo que sí son herramientas que nunca restan, porque es así no te generan nunca un perjuicio y siempre

suma, es valor agregado que se está dando y si se trabaja desde el Municipio con distintos productores para que esa marca Chacinados de Junín sea fuerte a nivel provincial o nacional me parece que puede generar un aumento en las ventas, más que nada cuando se sale de Junín o también para generar una cultura de fomentar los productos y el trabajo local. Nos pasa mucho que uno de los problemas más grande que tuvimos nosotros es que nos cuesta competir con precios, hay marcas que vienen de afuera, los precios son totalmente distintos y hoy por hoy en la situación en que está la economía, lo que prevalece es el precio, hay marcas que tienen el precio tan bajo que es casi imposible competir. En el público hay un segmento que está dispuesto a pagar un producto de calidad, pero hay un segmento muy grande que busca simplemente el precio, y las marcas económicas o con bajo costo, son las que mayoritariamente están vendiendo mucho. A nosotros nos pasó que nos quedamos afuera, por inexperiencia del sector, de no conocerlo y bueno un montón de errores comerciales que cometimos por inexperiencia, pero también creo que el punto más fuerte fue que no pudimos competir por el precio. No teníamos empleados, no teníamos costos fijos altos, pero bueno hay varios pasamanos desde que se compra el animal hasta que termina llegando a la fábrica, el costo es caro, requiere mucho trabajo no fue fácil y hace que se complique. Me parece que, si tener una marca de calidad que nos represente sería interesante, aparte también para marcar estándares de calidad.

9.8.3. Planta habilitación provincial Nro.: 54 – 18

Fecha: 31/3/2020

Habilitación: 54 – 18

Entrevistado: EVANGELINA FRANCI

Vinculación con la empresa: SOCIO /DUENA

1. ¿Desde cuándo se inició en la actividad?
La actividad nuestra comenzó en el 2009, con todo propio, local, máquinas todo en 2009.
2. ¿Cuántas generaciones familiares están involucradas con la producción de chacinados artesanales?
Una
3. ¿Utiliza recetas propias o provienen de la transmisión oral?
Las recetas que utilizamos nos las pasa una persona que se dedicaba al producto, abandona. Nosotros tomamos la receta, no está en su forma original, porque bueno el cambio de clima y la crianza de cerdos, ya no es lo mismo ningún producto que se usaba hace 30 o 40 años atrás. Todos sabemos que el cerdo es un ejemplo clásico, ya no se alimenta en la misma forma como se hacía con maíz, hoy hay parte de genética, mejora en el maíz, por lo que hemos tenido que adaptarnos a las circunstancias de los tiempos modernos. Como trabajamos con productos que vienen de laboratorios ellos cuentan con un grupo de Ingenieros en Alimentos que nos enseñan a modernizar las técnicas de trabajo para ofrecer un producto más seguro, desde lo más seguro en calidad de alimento hasta que no frase nuestra producción, por el clima o por una variación en la crianza del cerdo.
4. ¿Qué tipos de chacinados produce?
Producimos salame, salami, bondiola, jamón crudo y lomo crudos y chorizos frescos
5. ¿Posee vehículo propio para la distribución?
No poseemos vehículo propio para distribuir la mercadería, tercerizamos y tenemos un distribuidor que tiene el vehículo habilitado y el se encarga de distribuirlo en los negocios porque pasa obviamente por Cabina Sanitaria.
6. ¿Cuántos empleados fijos posee en la planta?
No por ahora trabajamos solos, no tuvimos y no está por el momento la perspectiva de tener empleados, somos dos socios. Esta la idea, la empezamos a poner en marcha, ya hace unos meses, si bien por este problema del coronavirus, estamos todos en crisis, pero ampliar el mercado a la salida a los negocios y tener solamente jueves, viernes y sábado medio día para atención al público. Priorizar la salida de productos a la calle, queremos ver si de a poco podemos ir priorizando la salida.
7. ¿Posee marca de producto?
Si, tenemos marca de producto propio desde el comienzo, uno del requerimiento que la Municipalidad nos pedía, era tener marca propia para poder registrar el producto a nivel municipal, y el negocio. Más arriba en provincia, es otro nivel, son otros los trámites que se hacen. Lo primero que nos pidió la Municipalidad, en esa época estaba Gustavo Suazo y nos pidió que tengamos el registro del producto para que cuando lo consuma la gente, sepa de donde viene.
8. Posee trámite ante la UCAL iniciado Si Terminado
En el Ministerio de Salud Pública, porque justo salió que va a ser gratis ahora, entonces estamos empezando a hacer el registro. De todos modos, el Ministerio de Agroindustria nos pide el ADA, el OPDS, el Veterinario de Registro y la habilitación Municipal, que bueno en este caso la tenemos para

siempre, el lugar es nuestro y a nivel Municipal cumple con todas las cosas. Lo único que nos quedaría es terminar y cerrar el trámite en Salud Pública. Al ser gratis vamos a aprovechar a inscribir todos los productos, antes se nos hacía imposible, con el costo que tenían.

9. ¿Tramitó la marca de producto ante el INPI?

No

10. ¿Considera que poseer una “Marca” que identifique la producción de chacinados de Junín tiene relevancia?

La marca nuestra tiene la dirección que dice Junín, la marca nuestra que es “Chacinados Franci”, nos identificamos con Junín. La gente que viene es toda de afuera y nos busca por el mapa de Google y allí estamos registrados, como Junín. Nos identificamos con Junín, de hecho, el que nos conoce nos conoce como Junín. Si, la idea es poner “Chacinados Junín”, en parte de la etiqueta para ir fomentando, no estaría mal

11. ¿Considera que poder utilizar una marca “¿Chacinados de Junín”, le traería beneficios comerciales a su empresa?

Si, estoy totalmente de acuerdo, porque cuando el producto está saliendo del lugar de Junín, da a conocer el sello de calidad de donde está viniendo. Si, como no, haría una muy buena propaganda, como cuando vas a buscar alfajores a Córdoba o Mar del Plata, ya sabes que marca comprar porque es como el respaldo del lugar de donde sale, totalmente de acuerdo estoy, ojalá eso se haga pronto, esta bueno como respaldo, totalmente de acuerdo.

9.8.4. Planta habilitación provincial Nro.: 54 – 23

Fecha: 4 abril 2020

Habilitación: 54 – 23

Entrevistado: SERGIO MUNOZ

Vinculación con la empresa: Socio Gerente

1. ¿Desde cuándo se inició en la actividad?

Se comienza en el año 2016.

2. ¿Cuántas generaciones familiares están involucradas con la producción de chacinados artesanal

Es la primera generación.

3. ¿Utiliza recetas propias o provienen de la transmisión oral?

Utilizamos recetas propias, haciendo uso del asesoramiento de las empresas que nos abastecen los insumos

4. ¿Qué tipos de chacinados produce?

Salame, salamín, bondiola, jamón crudo, chorizo colorado, lomo y jamón con hueso.

5. ¿Posee vehículo propio para la distribución?

SI Cantidad 2 Son utilitarios, ambos habilitados por el SENASA.

6. ¿Cuántos empleados fijos posee en la planta?

Cuatro, dos en planta y dos distribuyendo

7. ¿Posee marca de producto?

Sí Desde cuándo: desde el año 2015

8. Posee trámite ante la UCAL iniciado

9.

10. ¿Tramita la marca de producto ante el INPI?

SI, Se realizó el trámite hace varios años, cuando el trámite se hacía por medio de la presentación de documentación en papel.

11. ¿Considera que poseer una “Marca” que identifique la producción de chacinados de Junín tiene relevancia?

Si, permitiría poder tener un mejor posicionamiento de los productos de mi marca, en los negocios donde distribuyó. Les daría a mis productos un respaldo más de calidad.

12. ¿Considera que poder utilizar una marca “¿Chacinados de Junín”, le traería beneficios comerciales a su empresa?

Si ¿Por qué? Tendría un mejor posicionamiento de los productos que elaboró frente a los producidos en otros lugares, ya que me respaldara con sello de calidad. Distribuir en varios municipios del noroeste de la provincia de Buenos Aires y tener un respaldo más de calidad sin lugar a duda que se trasladaría en una mayor demanda de mis productos.

9.8.5. Planta habitación provincial Nro: 54 – 19

Fecha:13/4/2020

Habitación: 54 – 19

Entrevistado: AMADEO PICCHI

Vinculación con la empresa: TITULAR

1. ¿Desde cuándo se inició en la actividad?
Personalmente, desde los 16 años, aunque antes siempre fue colaborando con diferentes labores relacionadas (hacer hilos, dar vuelta las tripas, lavar los utensilios).
2. ¿Cuántas generaciones familiares están involucradas con la producción de chacinados artesanales?
Cinco (5) generaciones: Giuseppe, Carlos, Gustavo, Gustavo y Amadeo.
3. ¿Utiliza recetas propias o provienen de la transmisión oral?
Recetas propias, de transmisión oral (aunque adaptadas al tiempo actual), con el tiempo fuimos probando diferentes tipos de secados hasta llegar al actual.
Cuando mi abuelo lo hacía se secaba en una habitación con piso de tierra, se faenaba solamente cuando hacía frío e incluso se usaba un brasero para dar calor en épocas húmedas.
4. ¿Qué tipos de chacinados produce?
Crudos: Salame – chorizo – bondiola – lomo – jamón
Cocidos: Paté – queso de cerdo - morcilla
5. ¿Posee vehículo propio para la distribución?

Si **X** Cantidad uno (1), con equipo de frío.

6. ¿Cuántos empleados fijos posee en la planta?
Dos (2)
7. ¿Posee marca de producto?

Si **X** Desde cuándo: Desde el inicio de las actividades.

8. Posee trámite ante la UCAL **SI** Terminado **SI**
9. ¿Tramitó la marca de producto ante el INPI?

Si **X**

10. ¿Considera que poseer una “Marca” que identifique la producción de chacinados de Junín tiene relevancia?

No **X**

11. ¿Considera que poder utilizar una marca “¿Chacinados de Junín”, le traería beneficios comerciales a su empresa?

No **X** ¿Por qué? No, la de nuestra ciudad, que además es conocida.

10. Proyecto de Ordenanza “Producto Tradicional Junín”

Proyecto de Ordenanza “Producto Tradicional – Junín”

Definiciones

Artículo 1ª: Créase la Marca “Producto Tradicional – Junín”, la que será utilizada para la comercialización de productos alimentarios e industriales, procesados o en estado natural. Los mismos se registrarán por la presente reglamentación.

Artículo 2ª: Se entiende por Marca “Producto Tradicional – Junín” a la distinción que otorga la Municipalidad de Junín a un producto reconocido de producción o fabricación local.

Artículo 3ª: La licencia de Uso de la Marca “Producto Tradicional – Junín”, podrá ser solicitada ante la Secretaría de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Junín, por toda persona física o jurídica, dedicada a la producción o fabricación de productos que demuestren una antigüedad mínima de 5 (cinco) años. Los requisitos y procedimientos para la obtención se detallan en los Anexos que forman parte de la presente.

Artículo 4ª: La Municipalidad de Junín como entidad que otorga la Licencia de Uso tendrá las siguientes funciones:

- a) Escoger el logotipo, distintivo que identificará a la Marca “Producto Tradicional – Junín”.
- b) Gestionar u obtener la inscripción de la Marca ante el Instituto Nacional de Propiedad Intelectual.
- c) Conceder las Licencias de Uso a los solicitantes que cumplan con la totalidad de los requisitos necesarios.
- d) Expedir las Licencias Parciales de Uso, cuyos contratos forman parte del presente como Anexo II, las obleas numeradas y los demás instrumentos de control que se establezcan.
- e) Percibir los aranceles, contribuciones, multas y demás recursos afectados que le correspondan, destinando al Fondo denominado “Marca Producto Tradicional – Junín”.
- f) Crear y administrar el Registro de Licencias de Uso de la Marca.
- g) Disponer de un Régimen de Sanciones para los Licenciarios que cometan infracciones al reglamento.
- h) Promocionar el sistema y velar por el prestigio de la Marca “Producto Tradicional – Junín”.

Artículo 5ª: Sin Reglamentar

Consejo Asesor

Artículo 6ª: Créase el Consejo Asesor de la Marca “Producto Tradicional – Junín”. El mismo estará integrado por:

- ✓ 2 (dos) representantes de la Municipalidad de Junín, uno en representación de la Secretaría de Desarrollo Económico y otro por la

Dirección de Bromatología, ambos tendrán asistencia obligatoria.

- ✓ 1 (un) representante de cada una de las empresas beneficiarias del uso de la marca. Asistencia no obligatoria.
- ✓ 1 (un) representante de la Cámara de Comercio e Industria de Junín. Asistencia obligatoria.

El Consejo Asesor tendrá las siguientes funciones:

- Oficiar de organismo asesor.
- Desarrollar y actualizar los protocolos de producción de los diferentes productos.
- Propiciar y llevar adelante el uso e imposición de la marca en el mercado.
- Revisar antecedentes de las empresas que desean ingresar al uso de la licencia de la marca.

Artículo 7ª: Las reuniones del Consejo Asesor se realizan en forma mensual, en lugar a determinar por el mismo, pudiendo cuando las circunstancias así lo permitan, modificar la frecuencia de las reuniones atento a la cantidad de solicitudes y/o infracciones a considerar.

Artículo 8ª: Sin Reglamentar.

Vinculación Tecnológica

Artículo 9ª: Con el objeto de protocolizar la producción y desarrollar la calidad de los productos amparados por la Marca “Producto Tradicional – Junín”, se celebrará convenio de colaboración tecnológica con la Universidad Nacional del Noroeste de la provincia de Buenos Aires (UNNOBA).

Artículo 10ª: Sin Reglamentar

Obtención y uso de la Licencia

Artículo 11ª: Para la obtención de la Licencia de Uso de la Marca “Producto Tradicional – Junín”, se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Antigüedad mínima de cinco (5) años de actividad de la empresa solicitante en el Partido de Junín.
- b) Obligaciones Fiscales y Tributarias vigentes en la Jurisdicción de la Municipalidad de Junín, al día.
- c) Elaboración del Producto para proteger dentro de los límites del partido de Junín.
- d) Encuadramiento del o los productos a proteger en los protocolos de elaboración y/o fabricación.
- e) Ventas sostenidas durante los últimos 3 (tres) años.
- f) Seguimiento estricto de las normativas higiénico sanitarias municipales, provinciales y nacionales vigentes para cada producto.

La Licencia de Uso de la Marca “Producto Tradicional – Junín” se gestionará ante la Secretaría de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Junín. La solicitud para la obtención de la Licencia Parcial de Uso deberá incluir:

- Producto para el que se solicita el uso de la Marca.
- Copia de la Habilitación Municipal, Provincial o la que correspondiere del establecimiento solicitante.
- Documentación que acredite la titularidad del establecimiento.
- situación respecto a los tributos municipales.
- Comprobantes de ventas efectuadas durante los últimos 3 (tres) años.
- Copia de formulario de inscripción ante la AFIP.

Artículo 12ª: Dentro de los treinta (30) días de la presentación de la solicitud, la Municipalidad de Junín deberá aceptar, rechazar, solicitar aclaraciones o sugerir modificaciones que estime necesarias. Una vez aprobada la solicitud, los productores deberán completar los demás requisitos legales y reglamentarios establecidos en un plazo de noventa (90) días.

Artículo 13ª: La Municipalidad de Junín podrá modificar el registro cuando se hayan producido cambios en las condiciones originales. tendrá la potestad de dar de baja el Uso de la Licencia, cuando la empresa no cumpla con los requisitos de la presente, en cuyo caso notificará por Cédula la situación y obligará a la entrega de los distintivos, marbetes o rótulos “Producto Tradicional – Junín” que no hayan sido utilizados, en un plazo no mayor a 48 hs de recibida la Cédula.

Artículo 14ª: Sin Reglamentar.

Controles y Fiscalización

Artículo 15ª: Los controles y fiscalización de los procesos elaborativos de productos alimenticios, determinación de aptitud, roturación, transporte, distribución y venta estará sujeta al contralor de la Dirección de Bromatología del Municipio de Junín.

Artículo 16ª: Las Fábricas de Chacinados, ya sean categoría A – B - C, serán controladas y fiscalizadas por el Departamento de Industrias Cárnicas del Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires, tal cual lo establece la Ley Provincial de Carnes, Nro 11.123.

Artículo 17ª: Sin Reglamentar

Financiamiento

Artículo 18ª: Créase el Fondo denominado “Producto Tradicional – Junín”, que estará constituido por los ingresos producto de la adquisición de las Obleas, multas, contribuciones y demás recursos.

Artículo 19ª: Los gastos que demande el funcionamiento de la Marca “Producto Tradicional – Junín”, serán atendidos con los recursos proporcionados por el Fondo creado en el Art. 17ª de la presente.

Artículo 20º: Tendrán asimismo como destino del Fondo previsto en el Art. 17ª los siguientes recursos:

- a) Previsiones presupuestarias anuales que disponga el Departamento Ejecutivo de Junín.
- b) Contribuciones, legados y/o donaciones generadas en la ayuda económica

dispuestos por las personas públicas o privadas interesadas en el funcionamiento del sistema.

- c) Multas que se apliquen por infracciones a lo dispuesto en la presente.
- d) Percepción de aranceles por la expedición de logos y demás servicios derivados de la aplicación del sistema.

Administrativo

Artículo 21^a: No podrán registrarse como Licenciarios aquellos postulantes cuyos productos finales no sean elaborados en el Partido de Junín. Serán rechazadas asimismo las solicitudes que no cumplieren cualquiera de los restantes requisitos de admisión.

Artículo 22^a: Regístrese en el Libro de Actas y comuníquese al Departamento Ejecutivo.