

Información, promoción y difusión

Dr. Juan Manuel Morón

Colaboradores:

Dr. Héctor Niubo - Lic. Cristian Torrandell
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca

En los competitivos y globalizados mercados internacionales de nuestros días, la imagen que se forman los consumidores respecto de un país y sus productos tiene una gravitación decisiva sobre las decisiones de compra. Construir ese activo requiere disponer de excelentes productos y precios atractivos, pero también desplegar cotidianamente grandes esfuerzos.

Los agroalimentos han sido centrales en el desarrollo histórico y económico argentino. Desde el aprovechamiento de los ganados, que tuvieron un papel decisivo en la consolidación del dominio español en la región del Plata, hasta las primeras décadas del siglo veinte, cuando nuestro país, a través de su pujante producción agropecuaria, pasó a ocupar un lugar de relevancia en el contexto internacional.

Es un hecho que en nuestros días los alimentos producidos en las diversas regiones y geografías del territorio argentino han logrado alcanzar un alto grado reconocimiento y aceptación por parte de los mercados internacionales y los consumidores más exigentes. De allí salen productos que resultan atractivos por su calidad y por su precio, pero en la actualidad eso sólo no basta para conquistar nuevos mercados y consolidar los existentes.

Por eso la importancia que ha cobrado generar y optimizar herramientas que potencien la imagen que se tiene de nuestro país y sus regiones productivas (son tantas que sería injusto nombrar tan sólo a algunas), y vincular esa imagen a la calidad de nuestros agroalimentos. Se trata de un componente estratégico dentro de las políticas que se desarrollan desde el Estado para incrementar la presencia de “*productos argentinos campeones*” en el mundo.

Un contrato de confianza

Las exigencias de los clientes respecto de los productos que consumen se ha incrementado y diversificado considerablemente. Ello se debe a la existencia de mayor información disponible (en términos cuantitativos y cualitativos) y a la oferta de una gran variedad de productos que actúan como sustitutos. Clientes y consumidores buscan cada vez mayor información sobre los agroalimentos que adquieren y, por consiguiente, cobran relevancia su naturaleza y origen, los sistemas y procesos aplicados para obtenerlos, las tradiciones productivas y culinarias, el carácter artesanal o étnico y el respaldo que otorguen certificaciones y títulos oficiales a sus características específicas.

Conscientes de que la identificación y posicionamiento de estos productos abre la posibilidad de relacionar sus atributos de valor (diferenciación por calidad¹ y origen) con una identidad propia y particular de nuestro país, potenciando así sus oportunidades comerciales, fueron implementados y desarrollados varios sistemas de identificación de adhesión voluntaria, adecuados para ese fin.

¹ La calidad genérica se identifica con la calidad mínima estándar que debe tener un producto para que pueda comercializarse. Por lo tanto, tiene carácter normativo. El objetivo debe ser garantizar la inocuidad, la salud y la información de los consumidores, como parte de su responsabilidad de proteger el interés general. La calidad específica es una dimensión complementaria de la calidad y se distingue de la calidad genérica por el hecho de que es de carácter voluntario y porque añade valor. Un producto de calidad específica posee características que pueden estar relacionadas con su composición, los métodos de producción o su comercialización, lo que permite diferenciar el producto. Dichas características se corresponden, a menudo, con ciertas expectativas sociales crecientes, como la conservación del medio ambiente, la mayor equidad de los intercambios, la valorización del patrimonio, la relación con el origen, etc.

Mediante el uso de un sello, logo o marca, esta identificación brinda al consumidor-cliente la posibilidad de detectar con un vistazo las virtudes y bondades de un alimento. Estos símbolos resumen una o varias características y atributos que pueden no resultar tangibles en el producto, por lo que configuran un verdadero “*contrato de confianza*” en el que la credibilidad resulta fundamental.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca cuenta hoy con dos instrumentos destinados a agregar, ofrecer y comunicar valor respecto de nuestros productos agroalimentarios mediante su vinculación al “origen”:

- El sello de calidad “*Alimentos Argentinos, una elección natural*”².
- Las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.

Con respecto al Sello “*Alimentos Argentinos*”, puede señalarse que la idea de desarrollar una “*marca país*” que acompañara a los productos argentinos en el exterior, como estrategia nacional, era hasta hace poco tiempo desconocida.

Fue recién en el año 2005 que la entonces SAGPyA, a instancias de la ex - Dirección Nacional de Alimentos, dictó la Resolución N°. 392 por la cual se creó este sello oficial para diferenciar aquellos productos agroalimentarios cuya elaboración se adecuara a un Protocolo de Calidad³ previamente aprobado y que contaran con un conforme de auditoría realizado un por tercero independiente⁴.

Se trata de una marca registrada⁵, cuyo isologotipo (el sello creado) es cedido gratuitamente a las empresas elaboradoras para acompañar sus productos. Se ha recurrido a un símbolo y *slogan* que condensa el “corazón” de lo que se pretende comunicar. “La elección de los productos argentinos, por parte de los consumidores, es natural, teniendo en cuenta los estándares de calidad, su especificidad, tradiciones, historia y las riquezas geográficas y climáticas de Argentina”⁶.

² Declarado de Interés por la Honorable Cámara de Diputados de la Nación.
Declarado de Interés por la Honorable Cámara de Senadores de la Nación.
Declarado de Interés por la Honorable Cámara de Diputados de la Provincia de Buenos Aires.
Declarado de Interés Legislativo por la Provincia de Buenos Aires.
Declarado de Interés Legislativo por la Provincia de Corrientes.
Declarado de Interés Legislativo por la Provincia de La Pampa.
Declarado de Interés Legislativo por la Provincia de Córdoba.
Declarado de Interés Legislativo por la Provincia de Jujuy.
Declarado de Interés Productivo y Comercial por la Honorable Cámara de Diputados de la Provincia de San Juan

³ En los Protocolos se prevén parámetros de calidad que superan a los establecidos en la legislación vigente e incluso parámetros no incluidos en la misma, siendo el CAA el piso mínimo del que se parte.

⁴ El sistema es auditado por terceros independientes (empresas auditoras inscriptas ante el ORGANISMO ARGENTINO de ACREDITACIÓN o aquellas incluidas en la Resolución N° 280 del SENASA)

⁵ Registrada ante el INPI (Arg.). Se encuentra en trámite el registro de la marca en Brasil. Se ha finalizado exitosamente en los Estados Unidos y en la Unión Europea.

⁶ OBJETIVOS:- 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.
- Impulsar la incorporación de atributos de valor diferencial en los alimentos argentinos.
- Otorgar un distintivo especial a los alimentos argentinos que presenten atributos de valor característicos y constantes, y que respondan a criterios de valoración significativos, objetivos, mensurables y rastreables.
- Promover 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; y la diferenciación de los productos con el Sello en los canales de comercialización y en los puntos de venta.
- Brindar a clientes y consumidores garantía de que los productos son elaborados en conformidad a características específicas y/o condiciones especialmente establecidas en los respectivos protocolos.- Difundir y promocionar las características de valoración de los productos que ingresen al sistema voluntariamente.

El Sello, de adopción voluntaria, acompaña las marcas comerciales individuales de las empresas argentinas asociando así tres características:

Producto - País de Origen - Calidad Diferenciada

Con respecto a esta herramienta, la Secretaría de Agricultura trabaja a través de las Consejerías Agrícolas argentinas en EEUU, la Unión Europea, Brasil y China para reafirmar su presencia y posicionamiento en los mercados internacionales.

El Sello cuenta además, con una fuerte participación en eventos nacionales e internacionales relacionados con los agroalimentos. La presencia institucional del Sello estuvo en aproximadamente 50 ferias nacionales y en 35 del exterior⁷. También se han realizado campañas gráficas en diarios y revistas, y publicidad radial y televisiva (en televisión de aire, cable y satelital), tanto del Sello como de las empresas cesionarias, sobre todo en los suplementos específicos del sector que aparecen en los diarios nacionales

Actualmente se encuentran aprobados 21 protocolos de calidad, entre ellos el de arándanos frescos; cebollas frescas; confituras y afines; dulce de leche; endivias; espárragos; harina de maíz o sémola; jamón crudo; miel a granel; miel fraccionada; orégano; palta; pasas de uva; preparaciones culinarias; queso reggianito; queso tybo y Holanda; sal común de mesa; té negro; yerba mate; zapallo Anco, etc. Además se están elaborando más de 12 protocolos correspondientes a diversos productos.

Más de 15 empresas de primer nivel ya obtuvieron el derecho a usar el Sello de calidad para sus productos, y suman más de 80 las solicitudes en trámite administrativo para su concesión.

Actualmente productos agroalimentarios con el sello de calidad "*Alimentos Argentinos, una Elección Natural*" se comercializan en Brasil, Chile, Ecuador, Venezuela, República Dominicana, México, EEUU, Canadá, Alemania, Suecia, Dinamarca, España, Italia, Holanda, Israel, Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, Siria, Países Bajos, Japón, Portugal, Rusia, Polonia, Paraguay, Uruguay, Francia, Reino Unido, Suiza, Líbano, Siria, Suecia, Colombia, Panamá, Eslovaquia, Hungría, Perú, República Checa, Sudáfrica, Ucrania, Bolivia, Australia, Nueva Zelanda, Costa Rica, Hong Kong, Malasia y Taiwán.

En lo referente a las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen⁸, las mismas aparecen reguladas -a nivel nacional- recién a partir del año 2001, a través de la Ley 25.380 y su posterior modificatoria del año 2004, Ley 25.966. Dicha normativa estableció el régimen legal para la protección y promoción de productos agrícolas y alimentarios que presentan características o cualidades diferenciales en razón de su origen geográfico, incluyendo factores naturales y humanos⁹. La operatividad del sistema se cumplimenta mediante lo dispuesto por el Decreto N° 556 del año 2009.

Las D.O e I.G. (tal su abreviatura en español) suelen ser definidas como aquellos signos¹⁰ que, apli-

- Fomentar la coordinación de las entidades involucradas en la promoción de los alimentos argentinos en el exterior.

⁷ Colaboración de la FUNDACIÓN EXPORTAR y de PROARGEX

⁸ Desempeñan un papel relevante para la economía de la Unión Europea, puesto que constituyen un eje central de la política de calidad de la producción agroalimentaria.

⁹ Se excluye a los vinos y a las bebidas espirituosas de origen vínico, las que se rigen por la Ley N° 25.163 y sus normas complementarias y modificatorias.

¹⁰ Esos sellos representan un potencial para añadir valor en el producto y preservar y promover el territorio y su patrimonio. (Proyecto FAO

cados o usados en relación a un producto de origen agroalimentario, en estado natural, acondicionado o procesado en el territorio de la República Argentina, indica que procede de un lugar geográfico determinado¹¹.

Cabe aclarar que la construcción y reconocimiento de una Denominación de Origen o Indicación Geográfica debe ser pensado como un proceso dinámico que interrelaciona elementos socioculturales, agroecológicos, jurídicos y económicos que buscan integrar identidades colectivas, Esto se debe a que no sólo involucra una especificación geográfica determinada, sino también conocimientos, prácticas y técnicas aplicadas a la elaboración de un producto (costumbres, mitos e historia en que se sustenta) y a las características del clima y el suelo de donde proviene, todo lo cual fundamenta su valor diferencial.

En ese sentido, estos “*signos*” o “*sellos*” permiten certificar gráficamente -en los distintos mercados- los atributos que ostentan ciertos productos merced a su vinculación con su origen más allá del espacio y el tiempo, y simultáneamente acordar una protección y diferenciación que les confieren mayor valor agregado.

Por añadidura, contribuyen al progreso de las áreas protegidas a través del fortalecimiento de los encadenamientos entre los diferentes sectores económicos y la promoción de las inversiones a nivel local, el surgimiento de nuevos negocios relacionados y la generación de empleos, entre otros impactos¹².

El sistema normativo argentino prevé como categorías susceptibles de registro:

1. Indicación geográfica. Designación que identifica un producto como originario del territorio de un país, o de una región o localidad de ese territorio¹³, cuando determinada calidad u otras características del producto sean atribuibles fundamentalmente a su origen geográfico

Es importante que las cualidades y la reputación del producto sean atribuibles a dicho lugar, dado que es sumamente significativo hablar del “vínculo” específico entre los productos y su lugar de producción original¹⁴.

2.- Denominación de origen. El nombre de una región, provincia, departamento, distrito, localidad o de un área del territorio nacional debidamente registrada que sirve para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores¹⁵ naturales, históricos y/o humanos. Para estar avalados por una De-

TCP/RLA/3211 (D)

¹¹ Dra. SCHIAVONE, Elena

¹² Documento titulado: “*Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen en Centroamérica: Situación y Perspectivas*”, por Julio Paz Cafferata, Director del Programa de Políticas y Comercio, del IICA y Carlos Pomareda, Director Ejecutivo de Servicios Internacionales para el Desarrollo Empresarial.

¹³ ÁREA GEOGRÁFICA: mapas, croquis y dictámenes o informes que se expidan sobre la particularidad del área y su diferencia agroecológica con las áreas vecinas.

¹⁴ Descripción de la calidad /cualidad/ característica /reputación/ tipicidad que se revela en el producto, atribuible al origen geográfico, y que lo diferencia de otros similares producidos en otras zonas o regiones.

¹⁵ El VÍNCULO existente entre los factores naturales y/o humanos que determinan las características del producto y el medio geográfico, constituye el elemento determinante de la denominación de origen en orden al registro. Debe proveer una explicación fundada sobre por qué el producto se encuentra ligado a esa área, y no a otra. Es decir: cuánto del producto final depende de las características o particularidades del área en que es producido, o se refleja en el mismo. La explicación debe describir de modo fáctico y objetivo el medio ambiente y la forma como sus factores naturales y/o humanos tienen efecto sobre el producto final.

nominación de Origen estos productos deben ajustarse a un Protocolo de Calidad¹⁶ que asegura que todos los productores y demás operadores participantes de la cadena puedan alcanzar los estándares del sistema, resultando así un producto que puede entregarse al consumidor en cualquier mercado nacional e internacional, bajo condiciones conocidas de calidad¹⁷.

Por la importancia del tema, inclusive aún antes del dictado del Decreto reglamentario Nro. 556/09 que acordó operatividad al sistema legal, la entonces SAGPyA, por intermedio de la ex Dirección Nacional de Alimentos comenzó a recibir las solicitudes preliminares de particulares, tendientes a obtener el reconocimiento de potenciales DO e IG para productos agroalimentarios.

A la fecha existen en trámite -con diferentes grados de avance-, numerosas presentaciones tendientes a resguardar productos agroalimentarios que podrán acceder al mercado local y a las góndolas del mundo con la protección y el reconocimiento de su identidad geográfica, entre ellos cordero, chivito, salame, maní, frutilla, lana, aceite de oliva, chocolate, etc.

Asimismo, se encuentran en análisis potenciales indicadores geográficos para amparar productos tales como naranjas, duraznos, cebollas, uvas, miel, nuez, carne bovina, tomate, alcaucil, dulce de leche, ciruelas, cerezas, peras, ajo, lima y otros que abarcan numerosas y reconocidas zonas y distintas provincias. Al respecto, se trabaja en forma conjunta con los productores interesados y las autoridades de las regiones involucradas.

Desde la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, se ha realizado la convocatoria para integrar la Comisión Nacional Asesora de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de Productos Agrícolas y Alimentarios; se ha establecido el Manual de Aplicación del sistema y se han estandarizado los formularios de solicitudes de DO e IG. También se ha proyectado un convenio de cooperación con el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI), a efectos de administrar la compleja relación entre las marcas comerciales y las DO e IG¹⁸.

En el marco internacional, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) recientemente ha aprobado el Proyecto "*Calidad de los alimentos vinculada con el origen y las tradiciones en América Latina*", en el cual la Secretaría de Agricultura de Argentina, participará a partir del mes de abril junto a Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador y Perú. El objetivo general es fortalecer las capacidades de las instituciones y de las organizaciones locales en materia de realización de programas relacionados con los productos locales de calidad (asociada con el origen y las tradiciones).

Se trata de un proyecto trascendente que pone de relieve la calidad vinculada al origen como herramienta clave en materia de agregado de valor e importante alternativa para fortalecer las produccio-

¹⁶ Descripción detallada del proceso productivo, explicado de modo que cualquier productor del área pueda obtenerlo. Incluye: I).-Materias primas. Si se trata de productos frutihortícolas, indicar variedades. Si se trata de carnes o productos cárnicos, indicar raza. II).-Métodos o procesos de producción del producto agrícola o alimentario. III).-Si corresponde, métodos o técnicas locales, típicas e invariables, de cultivo, y/o producción y/o procesamiento. IV).-Si corresponde, cuestiones relativas al empaque o presentación.

¹⁷ PRODUCTO: I).- Si se trata de un alimento, debe ser definido según las normas vigentes (Código Alimentario Argentino y otras). En su caso, otras normas relativas al producto y/o su comercialización. Si corresponde, registro del producto alimentario, o constancia de inicio del trámite de inscripción. Otros productos agrícolas, como fibras, lanas, maderas, plantas ornamentales, deben describirse según sus normativas o tipificaciones específicas. II).- Descripción detallada del producto final, y de sus materias primas: características físicas; químicas; microbiológicas, biológicas; organolépticas. Forma de presentación: fresco, procesado, en conserva.

¹⁸ Su inclusión como capítulo de la propiedad intelectual en el Acuerdo sobre Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) fue reconocido a nivel mundial.

nes agroalimentarias de distintas regiones del país, con impacto económico, social y ambiental cierto y significativo.

Actualmente el desarrollo alcanzado por la agroindustria argentina permite situarla entre las ramas más dinámicas de la economía.

Sin embargo y a pesar de los excelentes resultados alcanzados, el contexto internacional cada vez más competitivo de los agroalimentos impone la necesidad de adoptar estrategias y políticas publico-privadas destinadas a crear y comunicar aquellos atributos que, valorados por el consumidor, favorezcan la diferenciación frente a los competidores.

Ese es el sentido de las tareas que acaban de ser descritas cuyos efectos, no cabe duda, pueden beneficiar sensiblemente al conjunto de los agroalimentos argentinos, y notoriamente a muchos productos elaborados en el marco de las economías regionales.