

# PROYECTO

## La Denominación de Origen del Salame de Colonia Caroya como herramienta de valorización y promoción del desarrollo local.

Trabajo final de graduación para optar al título de Master in Leadership and Sustainable Development // Maestría en Dirección del Desarrollo y Liderazgo.

ISEAD Business School – CentroVillanueva - Universidad Complutense de Madrid - España // Commission for Independent Education, Estado de Florida – EE.UU.



Presenta:  
*Erika Ospina*  
*Jorge Ernesto Carrillo*  
*Nidia Liliana Tovar Barrera*  
*Silvia Milena Uribe Cajias*

**MARZO 2015**  
**Madrid, España**

## INDICE

<b>I. ANTECEDENTES</b>	2
1. Características generales	2
2. Descripción somera del mismo	4
3. Justificación	4
4. Objetivos finales (General y Especifico)	4
5. Plazos	5
6. Procedimientos	5
7. Personal	6
8. Costos	7
<b>II. ANALISIS DAFO</b>	7
1. Ámbito territorial regional: marco “macro”	7
2. Focalización de la actuación planteada como proyecto concreto: “micro”	14
3. Inserción del proyecto micro en el macro	17
<b>III. PROGRAMACION</b>	18
1. Duración total del proyecto	18
2. Sostenibilidad futura	18
3. Previsión de desarrollo posterior	19
<b>IV. ACCIONES</b>	20
1. Acciones estratégicas	20
<b>V. ACTIVIDADES</b>	21
<b>VI. CRONOGRAMA</b>	24
<b>VIII. PRESUPUESTO</b>	27
<b>IX. CONTROL Y EVALUACION FINAL y CONTINUA</b>	31
1. Medidas de control y evaluación	31
2. Indicadores de evaluación	32
<b>X. BIBLIOGRAFIA UTILIZADA</b>	38
<b>XI. GLOSARIO</b>	40

## PROYECTO

### La Denominación de Origen del Salame de Colonia Caroya como Herramienta de Valorización y Promoción del Desarrollo Local.

Trabajo final de graduación para optar al título de Master in Leadership and Sustainable Development // Maestría en Dirección del Desarrollo y Liderazgo.

ISEAD Business School – Instituto Villanueva adscrito a la Universidad Complutense de Madrid - España // Commission for Independent Education, Estado de Florida – EE.UU.

Marzo 2015 - Madrid, España.

#### I. Antecedentes

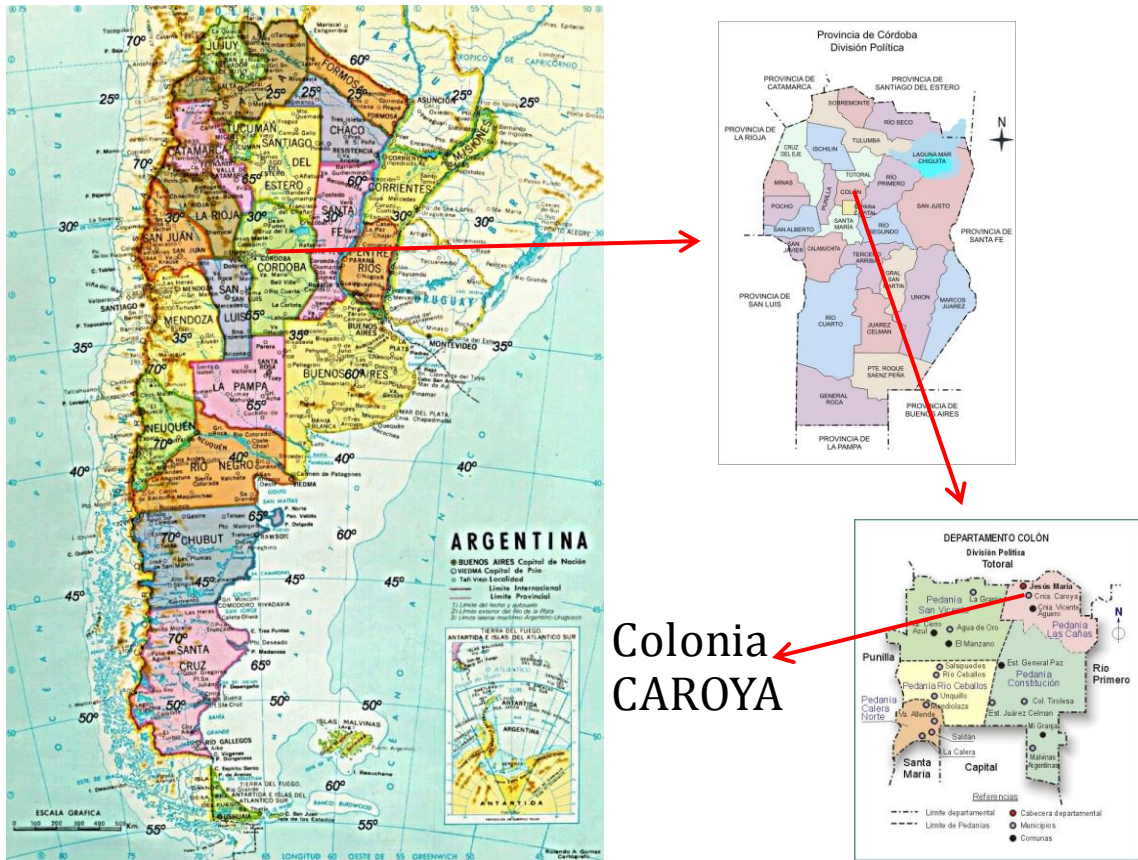
##### **1. Características generales:**

La Ciudad de Colonia Caroya se ubica a 44 Km al norte de la ciudad de Córdoba ([\\*ver mapa](#)), sobre la Ruta Nacional N° 9. Se extiende hacia el este, en forma longitudinal a lo largo de su principal avenida. Cuenta con una población de 16.168 habitantes y su zona rural es predominante y es un asentamiento agrícola de inmigrantes de las regiones de Friuli y Veneto (Italia) que llegaron a Argentina en 1878. Su población conserva la cultura y costumbres heredadas de los primeros inmigrantes y mantiene lazos estrechos de comunicación con la comunidad italiana residente en la región de origen. La mayoría de los habitantes se dedican a la producción fruti-hortícola o producción de chacinados en el ámbito familiar, para el consumo del mercado local y una parte del mercado de trabajo responde a las demandas estacionales. Para contextualizarla políticamente es necesario destacar que Colonia Caroya es una localidad que ha asumido el carácter de “ciudad” (declarada mediante ley provincial para los municipios que lo solicitan y cuentan con más de 10.000 habitantes) pero aún no ha dictado su propia carta orgánica. Colonia Caroya forma parte de la región de las Estancias Jesuíticas declaradas de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO que a partir del año 1999 se han constituido en un importante punto de atracción turística internacional.

El sistema de acción local de Colonia Caroya implica tres subsistemas, uno es el sistema empresarial y densidad de los tejidos productivos locales, y los otros dos que lo componen son el sistema socio-territorial y el político administrativo. Los actores del sistema económico productivo involucrados son los que pertenecen al sector de producción primaria y se ha evidenciado un esfuerzo importante por integrar a actores con capacidad de inversión de capitales con renuencia a hacerlo. Los productores de chacinados y productos regionales no arriesgan asociarse para lograr una masa de capital importante para invertir en un proyecto que posibilitaría la ampliación de su mercado. El componente cultural es muy fuerte ya que no avanzan hacia la complejización de sus incipientes estructuras productivas, con fuerte componente artesanal.

Colonia Caroya presenta varios productos típicos e importantes para la economía de la zona, uno de ellos es el salame típico de Caroya que se incluyó como el primer alimento en Argentina que obtuvo el sello de Indicación Geográfica (IG), tras la evaluación a que lo sometió la Comisión Nacional Asesora de Indicaciones Geográficas (IG). También

obtuvo el de Denominación de Origen (DO), de productos agrícolas y alimentarios, emitido por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación.



(\*) Mapa de la República Argentina ubicando a la Provincia de Córdoba y el Departamento de Colón donde se ubica la Municipalidad de Colonia Caroya.

Con relación a la IG y la DO es importante conocer que la primera es una Ley Nacional N 25.380 /99 y su modificatoria 25.966 /04 en la República Argentina, definiendo a la IG como aquella designación “que identifica un producto como originario del territorio de un país, o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad u otras características del producto sean atribuibles fundamentalmente a su origen geográfico” y a la DO como la “tipicidad asociada al territorio, con propiedad de pertenecer a un tipo basado sobre saberes y la propiedad de ser distinguido de productos similares, y que esas propiedades reposan sobre saberes distribuidos entre numerosos actores, incluyendo los productores de materias primas, los transformadores, los autores de reglamentaciones, los consumidores y concededores...” (Casabianca et al, 2004).

Desde la dimensión económica, el salame de Caroya adquirió un renombre a nivel nacional y el anclaje cultural del producto motivó en 2006 al Municipio y a los elaboradores locales, a iniciar un proceso de construcción de una Denominación de Origen. A partir del involucramiento del INTA, se desarrolló un primer diagnóstico que permitió identificar los principales factores territoriales que confieren tipicidad al producto Salame Caroya. Se destaca la presencia de saberes empíricos, heredados de los primeros friulanos y transformados en la comunidad local. Por ejemplo, los saberes movilizados en la elaboración del salame, en el proceso de maduración y en su degustación. El renombre del que goza el Salame de Caroya a nivel nacional y las numerosas usurpaciones de imagen de la que es objeto este producto a lo largo del país

justifica a los ojos de los trabajadores locales la puesta en marcha de un proyecto de este tipo.

## **2. Descripción somera del mismo.**

El proyecto busca incrementar el proceso de innovación técnica de las características productivas mediante la introducción de la mecanización, utilización de cámaras de frío, protocolos de producción, protocolos de calidad e inocuidad y una producción permanente preservando propiedades que reposan sobre saberes distribuidos entre numerosos actores, incluyendo los productores de materias primas, los transformadores, los autores de reglamentaciones, los consumidores y concededores.

Asimismo apoyar al reconocimiento del territorio como un espacio geográfico delimitado, donde una comunidad humana ha construido en el curso de la historia un saber intelectual colectivo de producción y fundado sobre un sistema de interacciones entre un medio físico y biológico con un conjunto de factores humanos.

Se espera al final del proyecto generar una innovación organizativa partiendo de la identificación de aspectos comunes a nivel productivo del Salame, que permita generar consciencia colectiva, asimismo la consolidación del tejido social hacia la solicitud de la Denominación de Origen.

Por último, identificar las actividades que potencializarían el ámbito turístico de la Colonia Caroya, por medio de actividades colectivas de tipificación de infraestructura, servicios y productos enfocada hacia el reconocimiento Nacional e Internacional y por ende la comercialización a gran escala. Finalmente, que el Salame Caroya sea un icono para el turismo rural con el desarrollo de esa industria, teniendo en cuenta el impacto al medio ambiente, el cuidado de la biodiversidad y el paisaje.

## **3. Justificación.**

La Denominación de Origen del Salame Caroya en construcción se revela como una herramienta adecuada para la protección de la imagen del salame y eventualmente para facilitar la exploración de nuevos mercados. El impacto local de este proyecto depende de la forma en que el mismo se implemente y se busca evitar que las producciones de tipo industrial lleguen a marginar a los elaboradores artesanales y a su vez contribuya al desarrollo de las diferentes poblaciones y actividades que se desarrollan en Colonia Caroya.

## **4. Objetivos finales.**

### a) General:

Impulsar el desarrollo local a través de la Identificación Geográfica y la Denominación de Origen del Salame de Colonia Caroya.

### b) Especifico:

Incrementar el proceso de innovación técnica, organizacional y turística orientado a la preservación de la tipicidad Salame de Colonia Caroya; identificando los factores territoriales que confieren al producto, contribuyendo a la organización de los actores locales para la proyección al mercado nacional e internacional.

## 5. Plazos.

3 años

## 6. Procedimientos.

Sobre la canalización, administración y control contable de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto: los fondos serán canalizados y administrados por una alianza interinstitucional integrada por:

1. Comisión de Productores de Salame de Caroya: Comisión conformada por los productores (aproximadamente unos 30) de salame de Colonia Caroya. Dentro de las tipologías de los elaboradores, podemos citar la **Familia Artesanal** - Frecuentemente se trata de productores en la zona de chacra. Se cría algún cerdo y se faena un vacuno propio. La carneada es un evento familiar y social. La producción es destinada al autoconsumo y en algunos casos a venta de proximidad. Los volúmenes de salame elaborados anualmente no superan los 800 Kg. En la totalidad de los casos el salame se madura en sótano.
2. La **Familia Mercantil Pequeña** - La actividad es desarrollada con fines comerciales. Se produce salame a lo largo de todo el año en volúmenes de entre 1.800 a 12.000 kilos anuales. La mano de obra es predominantemente familiar y se toman de 1 a 2 empleados.

Predomina la venta en la propia boca de expendio. Generalmente se combinan actividades como carnicería, almacén, u otras como recepción de turistas, elaboración de dulces, o producción agropecuaria. La maduración de los salames es generalmente en sótano. Comprendemos en esta categoría a catorce (14) elaboradores locales encuestados.

La **Mercantil Familiar** - En estas cuatro (4) empresas familiares la producción de salame ocupa una parte importante de la economía. Se emplea mano de obra familiar, pero se contrata mano de obra externa (1 a 7 empleados por empresa). Los volúmenes producidos van de 12.000 a 60.000 kilos al año. Las maquinarias son predominantemente en acero inoxidable. La maduración se desarrolla predominantemente en sótano y en algunos casos en cámara. Esto determina plazos de maduración más cortos. Abastecen tanto al mercado local y a turistas que vistan Caroya (en algunos casos con puestos sobre la ruta 9), como al mercado regional, especialmente a centros turísticos de las sierras de Córdoba.

La **Industrial gran escala** - Se trata de cuatro (4) empresas familiares que producen en escalas de entre 60.000 y 100.000 kilos al año. La mano de obra es predominantemente familiar en un caso y predominantemente contratada en los otros (hasta 10 empleados). La maduración de los salames se desarrolla en cámaras y en algunos casos, una parte en sótano. Comparten mercados con las otras empresas. Pero dado que cuentan con habilitación para tránsito federal, exploran mercados de todo el país. Algunas empresas llegan a facturar más de 600.000 dólares al año.

3. Municipalidad de Colonia Caroya: Colonia Caroya se asienta sobre parte de las tierras denominadas originariamente Caroya o Caroyapa, que antiguamente pertenecían a los sanavirones y luego fueron adquiridas por la Compañía de Jesús. Se estima que hacia 1616 comenzó a construirse "La Estancia", primer

núcleo productivo del sistema organizado por los jesuitas en la provincia de Córdoba.

4.

A partir del nuevo Organigrama municipal, formulado mediante Ordenanza N° 1697/11 sancionada por el Concejo Deliberante Municipal el 28 de diciembre de 2011 y promulgada mediante Decreto N° 057/11 del 30 de diciembre la Secretaria de Gobierno ha sido reestructurada siendo a partir de allí competente en la Coordinación de trabajos y propuestas de las distintas Secretarías; Planificar las acciones tendientes a la formación y capacitación de los recursos humanos; mantener relación con las instituciones públicas y privadas, como así, también con otras Municipalidades. Mantener el puente de comunicación entre el Departamento Ejecutivo y Concejo deliberante incluyendo elevación de proyectos de Ordenanza; disponer la publicación del Boletín Oficial; Supervisar el funcionamiento del Tribunal Administrativo Municipal de Faltas y Registro Civil y el Departamento de Tránsito. Y una tarea más que importante relacionada con la recepción y canalización de reclamos de vecinos.

La Secretaria de Turismo con capacidad pro-activa para apoyar el desarrollo de los productos que se producen en Colonia Caroya.

5. El INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria): es un organismo estatal descentralizado con autarquía operativa y financiera, dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. Fue creado en 1956 y desde entonces desarrolla acciones de investigación e innovación tecnológica en las cadenas de valor, regiones y territorios para mejorar la competitividad y el desarrollo rural sustentable del país. Sus esfuerzos se orientan a la innovación como motor del desarrollo e integra capacidades para fomentar la cooperación interinstitucional, generar conocimientos y tecnologías y ponerlos al servicio del sector a través de sus sistemas de extensión, información y comunicación.

El operador del proyecto estaría a cargo del INTA. El representante del comité de productores de Salame Caroya se constituirá en los primeros meses de inicio por la decisión de los diferentes elaboradores locales de salame. Así mismo se contará con el apoyo de la Cámara de Argentina de la Industria de Chacinados y Afines (CAICHA), la gobernación y la FAO (Organización de la Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura).

Los fondos que se reciban serán administrados por la alianza en una cuenta específica para el proyecto, custodiando toda la gestión administrativa sujeta a inspecciones y auditoría según las necesidades, para la transparencia de la misma. Por lo anterior, se elaborará informes para que la información contable y financiera que registrada como avances financieros y administrativos del proyecto.

## 7. Personal.

TIPO DE PERSONAL	DESCRIPCION
Coordinador	Coordinador estaría tiempo completo durante todo el proyecto. Su responsabilidad estará direccionada en asegurar que todas las actividades se desarrollen en los tiempos estimados, con el fin que se cumpla con los objetivos y se obtenga los resultados propuestos.
Administrador Contable y Financiero	Responsable del todo el manejo administrativo y financiero del proyecto y su duración es de tiempo completo por los 36 meses.

Personal Profesional del INTA	Profesionales del INTA quienes serán los responsables de : organizar y capacitar a los productores de salame por parte de especialistas en: a) Agregado de valor (valor añadido) y tramas productivas b) Estrategias de diferenciación de alimentos, c) Gestión de la calidad para la valorización de productos agroalimentarios, d) Tecnologías de procesos y productos orientados a la mejora, preservación y diferenciación de calidad de los alimentos, e) Redes, mercados y estrategias de valorización y comercialización. - 36 meses
Especialista en Economía y Relaciones Internacionales y Finanzas	Profesional encargado del desarrollo de modelos de redes comerciales para entender con claridad la interacción de diferentes variables de tipo micro y macroeconómico en el mercado del salame a nivel nacional e internacional. Tiempo 12 meses finalizando el proyecto.
Especialista en Especialista en trabajo con comunidades y proyectos locales	Profesional encargado de orientar las acciones, capacitaciones y asistencias técnicas en lo referente a la organización de la población, a nivel productivo y social
Especialista de Turismo Rural	Especialista de Turismo Rural, tienen como responsabilidad la organización y de las acciones relacionadas con el turismo rural en Colonia Caroya.
Operador de Turismo Rural	Operador de Turismo Rural, está encargado de desarrollar estrategias para promocionar la venta de servicios relacionados con la Denominación de Origen de Caroya. Tiempo 4 meses finalizando proyecto.
Especialista de Infraestructura de turismo Rural	Especialista en infraestructura turística. Profesional en las áreas de ingeniería y arquitectura a fines para el diseño e implementación del equipamiento e infraestructura de Colonia Caroya, que sea necesaria para promover el turismo rural en el ámbito de acción. Se contratará por la mitad del proyecto (18 meses) a partir del décimo mes de ejecución del proyecto.

## 8. Costos.

El costo total del proyecto es de quinientos mil dólares americanos (\$ 515.420,00).



## II. Análisis DAFO:

### 1. Ámbito territorial regional: marco “macro”.

<b>FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y ORGANIZACION DEL TEJIDO SOCIAL DE LA MICROREGIÓN</b>			
<b>AMBITO INTERNO</b>		<b>AMBITO EXTERNO</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Creación del Departamento de Desarrollo Rural y Ambiente, a través del cual se apoya la producción de excelencia para mantener la capacidad competitiva en mercados regionales y nacionales	Baja capacidad organizativa	El retiro de instituciones internacionales para el apoyo del desarrollo local	Organizaciones externas con deseos de invertir y apoyar el desarrollo local de la región
Presenta una política de desarrollo productivo	Falta de asociatividad, desintegración del tejido social y agrupaciones comunales	Reducción de la producción por competencia a menores costos	Implementar un sistema organizacional innovativo de producción
Articulación con actores productivos y técnicos locales e instituciones gubernamentales y no gubernamentales del país y el extranjero	Dificultad en articulación estratégica competitiva regional	Desalineación de necesidades y poca visión estratégica, generando desvío de los dineros y apoyos externos	Potenciar las articulaciones y redes, tanto nacionales como internacionales
Los cambios de gobierno (de distinto signo político) no han impedido la continuidad en la ejecución de varios proyectos orientados a la reconversión productiva de la agroindustria local y a la mejora de la competitividad y la calidad de vida de la ciudad	Bajo liderazgo proactivo para asociarse y generar alianzas estratégicas, encaminado al desarrollo de la región	Evolución de la población vecina (Jesús María)	Integrarse con las poblaciones cercanas para potenciar a la microrregión
Descendencia Friulana que trasciende su cultura de generación en generación	La integración de las familias de origen friulano para con el resto de la población criolla o perteneciente a	Aislamiento de los descendientes de friulanos del resto de los inmigrantes y criollos.	Integrar las diferentes comunidades de inmigrantes y criollos para potenciar la microrregión.

	otras corrientes migratorias		
Existe una alta tendencia a la asociación entre empresas	Falta de organización para la asociación. entre los productores	Se puede generar grandes brechas entre empresarios y productores	Articulación entre todos los actores comerciales con la finalidad del desarrollo local

<b>EDUCACION, ORIENTACION, CAPACITACION VOCACIONAL Y PROFESIONAL. PATRIMONIO CULTURAL</b>			
<b>AMBITO INTERNO</b>		<b>AMBITO EXTERNO</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Existencia de una cohesión social unida a los valores tradicionales de trabajo duro y actividad laboral autónoma	Bajo nivel de población con estudios superiores	No cuenta con las instalaciones para la educación superior	Reconocimiento y apoyo a nivel internacional
La presencia de una referencia identitaria de los pobladores locales	Poca presencia de establecimientos Educativos Superiores	Pocas oportunidades de estudios superiores	Entidades externas para el apoyo en el desarrollo de los jóvenes; capacitación profesional e inclusión social
La presencia de productores con mano de obra cualificada	Estudiantes que no completa los estudios secundarios	Ausencia de apoyo por parte de la municipalidad, comité de padres para el desarrollo de la educación superior	La construcción de Instituciones de Educación Técnica Profesional
La existencia de programa de empleo municipal, que ofrece asesoría, bolsa de trabajo y capacitaciones	Falta de apoyo de empresas localizadas en la municipalidad	Desaparición de los programas de empleo	Convenios para la incorporación de empleos, asesorías y capacitaciones
Espacios virtuales para el desarrollo de competencias técnicas	Limitado acceso a redes y/o tecnologías de la información	No apropiación y utilización de las TICS	Fortalecimiento de las TICS a nivel local.
Legado de la inmigración italiana (Región Friuli), enriquecido con elementos del pasado jesuítico, de la cultura criolla y el aporte de las inmigraciones actuales.	Viejos prejuicios entre “gringos” y “negros”.	Instalación con mayor vigor los prejuicios entre “gringos” y “negros”	Detener los viejos prejuicios entre “gringos” y “negros”.

El sello friulano es fuerte y sigue presente conformando el paisaje y cultura caroyense.	La cultura del “gringo” (inmigrante italiano) es muy difícil de revertir	Red social de la microrregión cerrada únicamente a los “gringos”	Llegada de nuevos pobladores que impulsan la integración entre los descendientes fruilianos y otras personas.
<b>FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES PRODUCTIVAS CON ENFOQUE DE MERCADO</b>			
<b>AMBITO INTERNO</b>		<b>AMBITO EXTERNO</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Adecuados mecanismos para el derecho al acceso a alimento seguro y de calidad	Inadecuados controles bromatológicos, que dificultan la adecuada inserción de los chacinados en el mercado de consumo nacional	Altos precios de los insumos tanto agrícolas como de ganadería	La posibilidad de desarrollar un diseño apropiado y adaptación de las mejores tecnologías a las necesidades de producción y a las vocaciones industriales de la zona
Importante trayectoria agroindustrial y un tejido empresarial activo y articulado al sistema político-administrativo local	Poca efectividad del Proyecto Puerto Caroya	Cambio climático inesperado y abrupto en las zonas agrícolas y ganaderas y aparición de epidemias	Incorporación de biotecnología, en pos de la reconversión de la producción agrícola local para la adaptación al mercado nacional e internacional
Adopción de tecnologías que respondan a las necesidades de producción y a las vocaciones industriales de la zona	Limitado acceso a redes y TICs para el desarrollo de la comunidad	Alejamiento del INTA por parte de los productores y retiro del apoyo de entidades privadas	El mercado de colocación a nivel internacional
Adecuado aparato productivo organizado de forma flexible	Inadecuada apropiación de la IG y DO en el aparato productivo	Falta de utilización y aprovechamiento de la IG y DO	La posibilidad de la construcción de una Denominación de Origen Salame de Colonia Caroya
La existencia de buena tierra fértil y con condiciones adecuadas para la producción de distintas variedades frutales	No aprovechamiento de los recursos naturales ligados a la IG y DO.	Descrédito de la IG y la DO.	La obtención de IG y DO garantizará que la calidad del producto no se deteriore y posibilite una clara diferenciación con respecto a otros productos de carácter

			industrializado o de otras regiones.
La Colonia abarca unas 16.310 Has. dividida en explotaciones cuya superficie oscila entre las 2 y 24 Has.	Mayoritaria producción artesanal y familiar donde predomina la venta en la propia boca de expendio. Se combinan actividades como carnicería, almacén, recepción de turistas, elaboración de dulces o producción agropecuaria.	Producción minorista y local o de autoconsumo.	Potenciar la producción local.
Desarrollo de la cría de ganado porcino y vacuno	Falta de instalaciones para el manejo de faena y tipo de tecnología empleada y en el cumplimiento de las normativas sanitarias y su inserción en los distintos mercados.	Baja calidad sanitaria de los productos derivados de porcinos y vacunos	Instalar un sistema innovador de control sanitario y trazabilidad.
Paso de la producción familiar para autoconsumo a la producción comercial, , desde 1960 a partir de una crisis económica local provocada por la pérdida de las cosechas de fruta dada la incidencia del granizo	Esta diversidad de situaciones tiene impacto directo sobre las características de los productos ofrecidos y sobre la imagen que genera en los pobladores locales	Quedar en una producción única	La necesidad de generar ingresos todo el año lleva a nuevos desafíos técnicos

<b>DESARROLLO TURISTICO Y ECOTURISTICO</b>			
<b>AMBITO INTERNO</b>		<b>AMBITO EXTERNO</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
La existencia de la evaluación ambiental de producciones agrícolas periurbanas de Córdoba mediante el uso de indicadores de sustentabilidad	Baja capacidad hotelera	Reconocimiento turístico como “lugar de paso”	Articulación del Enoturismo como estrategia turística del Salame
Existencia de lugares atractivos, comedores y restaurantes de comida típica italiana,	Desconocimiento de desarrollo turístico internacional	Bajo interés en desarrollar la industria turística localmente	Desarrollar una industria turística con atractivo a nivel nacional e internacional

de alto interés turístico			
Proceso productivo tradicional y único de Salame, que brindaría originalidad de infraestructura en la zona	Ausencia de reconocimiento propio como alternativa turística	Presencia de actividades turísticas de gran reconocimiento en la zona relacionadas con el Salame	Existencia de festividades tradicionales que vinculan el Salame
Realización de actividades de encuentro y tradición Italiana	Tendencia a la exclusividad como pobladores de origen Italiano, cerrando sus actividades así mismos	Ausencia de la promoción de la zona en todo su potencial turístico	Crear una nueva modalidad de turismo relacionada con las tradiciones culturales y productivas del Salame y sus orígenes Italianos
Ubicación en la denominada Región de la Historia, que comprende las áreas turísticas de Norte y Sierras Chicas	Desconocimiento del proceso de organización turística	Falta de identificación de alternativas turísticas del mercado del Salame Caroya	Reconocimiento local de la calidad del Salame

El análisis de los cuatro ejes estratégicos de desarrollo arrojó importantes RETOS Y DESAFÍOS que se presentan a continuación

### **EJE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y ORGANIZACIÓN DEL TEJIDO SOCIAL DE LA MICROREGIÓN**

- Generar iniciativas de autogestión de los proyectos productivos de Colonia Caroya
- Organización de líderes de la región para crear programas de asociatividad entre pequeños productores, generando alianzas estratégicas.
- Contar con un tejido social donde estén definidos roles y funciones de los ciudadanos conocedores de sus derechos, deberes y responsabilidades
- Generar y fortalecer alianzas estratégicas interinstitucionales para fortalecer las políticas y programas sociales y de promoción económica
- Articulación de los actores locales, fortaleciendo el tejido social e institucional local
- Programas de inclusión social de las mujeres generando participación social en iniciativas para el desarrollo de la región.
- Contar con equipos de seguimiento a planes estratégicos y operativos que se ejecutan en la microrregión, integrando autoridades municipales y actores comunitarios y privados de los territorios intervenidos trabajando coordinadamente entre actores en torno a intereses compartidos.
- Afianzar un tejido social a través de la organización de Comités Locales y Microregional, que ayuda al desarrollo y gestión de la zona; y que puedan representar a la comunidad empresarial en estrecha coordinación con los Gobiernos Locales y las instituciones.

## **EJE EDUCACIÓN, ORIENTACIÓN, CAPACITACIÓN VOCACIONAL Y PROFESIONAL. PATRIMONIO CULTURAL**

- Generación de una identidad cultural colectiva con costumbres que los construya como una misma comunidad.
- Legitimación y reconocimiento interno y externo de los atributos y manifestaciones de la identidad regional.
- Propiciar un ambiente para la reconversión laboral en los jefes de familia sin actividad u ocupación definida, facilitándoles el acceso a educación y desarrollo profesional.
- Fomento del uso de las TICs en estudiantes, comerciantes y productores facilitando el acceso mediante cursos y capacitaciones.
- Establecer articulación institucional para la creación de programas educativos especiales para jóvenes con proyección al acceso a la educación superior.
- Creación de programas de inserción laboral con empresas locales y multinacionales, que permitan el desarrollo de capacidades técnicas y profesionales de los jóvenes de la región.
- Ofrecer capacitaciones sobre tecnificación de chacinados a los pequeños productores locales, con programas de formación y capacitación, para mejorar la mano de obra disponible en la localidad.
- La obtención de la IG y OD la cual apoye y promueva la preservación la diversidad de los elementos culturales y los saberes colectivos que hacen a la elaboración y consumo del producto salame.
- La promoción de nuevas industrias y la orientación a la tecnificación agrícola ecológica.

## **EJE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES PRODUCTIVAS CON ENFOQUE DE MERCADO**

- Permitir la reconversión de la mano de obra hacia una producción especializada.
- Adelantar proyectos de gestión de recursos a través de alianzas público privadas para el establecimiento de un matadero municipal, que cumpla con los estándares de calidad requeridos para producción de chacinados con IG y DO.
- Mejorar los estándares de producción que permita la inserción de los productos en el mercado nacional e internacional, logrando la ampliación a nuevos mercados.
- Incorporación de nuevas tecnologías (biotecnología) para la producción local que permitan mejorar la competitividad de los productos.
- Profundizar la construcción de la IG y DO para Colonia Caroya, logrando la valorización a nivel regional, nacional e internacional de los alimentos típicos de la región.
- Mayor aprovechamiento de los recursos naturales ligados a IG y DO, logrando una diferenciación de los productos chacinados de Colonia Caroya con respecto a otros productos industrializados o de otras regiones.
- Organización de las microempresas hacia la especialización de los servicios característicos de la región: venta de chacinados, restaurantes, ventas de dulces y postres, hospedaje y producción agropecuaria.
- Desarrollar la cría de ganado porcino y vacuno, mejorando la calidad de los productos derivados de los mismos.

- Conformación de redes y/o alianzas productivas de pequeños y medianos productores para la organización de diferentes eventos sociales y la activación del mercado de trabajo

## **EJE DESARROLLO TURÍSTICO Y ECOTURÍSTICO**

- Construir zonas turístico y eco turísticos con zonas recreativas, atractivas y confortables.
- Generar cohesión con los municipios aledaños (microrregión) promoviendo la integración del turismo tanto a nivel nacional como internacional.
- Habilitación de la región como “nueva zona de producción en el país” de determinadas variedades.
- Creación de microempresas que impulsen el turismo del Salame de Caroya.

### **2. Focalización de la actuación planteada como proyecto concreto: “micro”.**

El proyecto está planteado en la Ciudad Colonia Caroya (micro) y se tomará como agregado de valor la IG y DO como impulsores del desarrollo local.

La Ciudad Colonia Caroya está muy próxima a la Ciudad de Jesús María (cabecera departamental) y situada sobre la Ruta Nacional N° 9. Si bien su territorio no posee las características de Colonia Caroya, en cuanto a potencialidad productiva, se constituye en el centro más importante en cuanto a su actividad comercial y de servicios del norte de la Provincia de Córdoba. Ha existido históricamente, una situación de rivalidad entre ambas ciudades por el distinto origen de sus colonias, actualmente han sido superadas.

En cuanto a su caracterización social Colonia Caroya es un asentamiento agrícola de inmigrantes de las regiones de Friuli y Veneto (Italia) que mantienen lazos estrechos de comunicación con la comunidad italiana.

Dentro del proyecto de la FAO, contraparte internacional, titulado “Calidad de los alimentos vinculada con el origen y las tradiciones en América Latina”, durante 2011 apoyo actividades, encaminadas a completar la solicitud de registro de la IG y DO, para el salame de Colonia Caroya, cuyos productores ya habían avanzado en este proceso, gracias al apoyo de instituciones públicas y académicas.

El MAGyP, como contraparte nacional oficial del proyecto, propone el salame de Colonia Caroya como caso de estudio, por los siguientes motivos (Schivone, E. y Champredonde, M., 2010):

- a) El producto tiene renombre y reputación a nivel nacional.
- b) Presenta una calidad específica vinculada al origen, reconocida por los consumidores, que lo distinguen de otros salames de origen industrial y de otros de tipo artesanal, obtenidos en diferentes lugares de Argentina.
- c) Es necesario proteger la reputación y el prestigio del salame de Colonia Caroya, ya que hay falsificaciones y usurpaciones en el mercado nacional, así como prevenir y sancionar las “auto-usurpaciones” (Champredonde y otros, 2009), al comercializarse salames elaborados en Colonia Caroya, pero que no se corresponden con el definido como típico.

El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), desarrolló un primer diagnóstico (Casabianca F. y Champredonde M., 2008), que permitió identificar los principales factores territoriales que confieren tipicidad al producto. Se destaca la presencia de saberes empíricos, heredados de los primeros friulanos y transformados en la comunidad local, como puede ser los saberes movilizados en la elaboración del salame, en el proceso de maduración y en su degustación.

En la elaboración de este producto se destaca el “know-how” de la receta, la elección del tipo y calibre de la tripa y a la selección de cortes y separación de nervios de la carne de cerdo y vacunos. Los conocimientos tácitos de los productores, son los más difíciles de adquirir y se relacionan con la maduración. Estos se basan en conocer el punto justo de la humedad superficial del salame y en la evaluación del proceso de maduración (observación visual y al tacto), asociado a los conocimientos de la regulación de la humedad ambiente y la temperatura del sótano (o cámara) de maduración (conocimiento en diseño y construcción de un sótano o cámara).

Una de las dificultades para la Denominación de Origen de salame de Caroya, está en la falta de especificidad de las carnes vacunas y porcinas utilizadas. La producción local de cerdos, de diversas razas, con alimentación a base de alfalfa y maíz en grano, no se ha desarrollado de manera eficiente y la falta de materia prima, hace que se utilicen cortes de frigoríficos de otras provincias.

Las características de los productores elaboradores locales de salame, se han definido por la información obtenida en la encuesta de diciembre de 2008 (Champredonde M., Grión A., Candussi O., Nanini P.) y en los análisis de los mecanismos de aprendizaje, se constató que el 82 % de los elaboradores locales aprendieron a elaborar el salame al interior de familias de origen friulano, el 13 % por un amigo de origen friulano y solo el 5 % aprendió a hacerlo con un amigo de origen no friulano. Actualmente, el 70 % de los elaboradores comerciales instalados en Colonia Caroya, no portan un apellido friulano y varios de ellos no poseen ancestros provenientes de esa Región del Norte de Italia.

La tipología de los elaboradores locales de salame se estableció de la siguiente manera:

- a) *Artesanal* (productores en la zona de chacra con cría y faena de porcino/vacuno propios y la producción es destinada al autoconsumo y la maduración del salame es en sótano).
- b) *Familiar mercantil pequeña* (actividad con fines comerciales, mano de obra es predominantemente familiar y se toman de 1 a 2 empleados. Venta en la propia boca de expendio, combinado con la venta de otros productos y la maduración de los salames es generalmente en sótano).
- c) *Mercantil familiar* (empresas familiares de producción de salame, mano de obra familiar y se toma 1 a 7 empleados por empresa. Aplican mayor tecnología y la maduración de desarrollan predominantemente en sótano y en algunos casos cámara).
- d) *Industrial gran escala* (cuatro empresas familiares que producen a gran escala, la mano de obra es predominantemente familiar en un caso y predominantemente contratada hasta 10 empleados en los otros. La maduración de los salames se desarrolla en cámaras y en algunos casos, una parte en sótano).

Es notoria, la dinámica aglutinadora de voluntades a nivel de productores/elaboradores, que en general diluye conflictos entre descendientes de poblaciones criollas y de distintas corrientes migratorias.

Si esta dinámica se fragmentara, exacerbando las diferencias y profundizando conflictos, se traduciría en un desaliento para la participación de pobladores extra-colectividad, fundamentalmente en las etapas producción/elaboración o en el protagonismo de manifestaciones sociales y culturales.

La incidencia de las intervenciones y prácticas profesionales, actores institucionales, extensionistas, etc. que tienen injerencia en el proceso de elaboración y



comercialización de los productos son motores de la dinámica de aglutinación. Estas lógicas, que actúan reglando aspectos normativos, de inocuidad de los alimentos, inclusiones en la economía formal, generación de indicaciones geográficas, etc., afectan, directa o indirectamente, las maneras de desarrollar el proceso de elaboración, beneficiando a unos y marginando a otros.

Para los caroyenses, descendientes de friulanos, los vecinos fueron históricamente los “negros” de Jesús María. Para los ciudadanos de Jesús María allá viven los “gringos” de la Colonia. En ninguno de los dos casos se trata de un adjetivo asociado a valores positivos.

El otro proceso de integración entre los descendientes de friulanos y personas de otros orígenes, se da a través de la constante llegada de nuevos pobladores. Este proceso se evidencia al analizar el origen de los actuales elaboradores de salame.

Los salames de “Colonia Caroya”, famosos en la región, ha sido motivo para que el objetivo del sector productivo pretenda introducir los productos en el mercado de Buenos Aires inscribiendo la denominación “Colonia Caroya”, como marca registrada para los productos elaborados en la localidad. El inconveniente a superar, es la ausencia de un control sanitario adecuado.

Para federalizar la distribución en todo el país se requiere la habilitación del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), por lo cual se está proyectando a nivel de la Municipalidad realizar una licitación pública para el Matadero de Cerdos Municipal a fin de ponerlo en condiciones sanitarias aptas para obtener la habilitación necesaria, que todavía no se concreta debido a falta de interesados. Los productores con capacidad de inversión, no toman la decisión de arriesgar capital en el proyecto ante la incertidumbre económica que atraviesa el país. La producción de chacinados y productos regionales continua a escala pequeña y no se logra posibilitar la distribución nacional ante la imposibilidad de contar con el debido control sanitario.

Las alianzas establecidas por los productores, la Municipalidad y distintos actores de la Región del Friuli de Italia, han permitido, la superación de las restricciones que presentaba un tipo de producción con agotamiento del mercado de consumo, como por ejemplo en el sector vitivinícola. Sin embargo, la restricción a superar, es la falta de decisión para la ampliación de las plantas productivas y aumentar la capacidad requerida, para atender la posible demanda en el exterior.

Enfatizamos que el componente cultural, es muy fuerte, ya que no avanzan hacia la complejización de sus incipientes estructuras productivas, con un alto componente artesanal, que limita el desarrollo del mercado de salame de Caroya.

La incorporación de Colonia Caroya a Córdoba Noroeste, ente formado por quince Municipios y Comunas del Norte de la provincia de Córdoba, desde Diciembre de 2007 ha originado la elaboración de distintos tipos de folletería informativa y promocional de dicha ciudad. Junto a Córdoba Noroeste, se organizan Festivales, Eventos, Ferias y Exposiciones de gran atracción turística. Otro producto turístico es Caminos del Vino, el cual permite incorporar a Colonia, con todos sus establecimientos, a la estrategia de promoción turística de las rutas del vino a nivel mundial. Existe el Programa de Revalorización Histórico-Cultural y de Promoción Turística del Antiguo Camino Real el cual prevé, en Colonia Caroya, la construcción de un Centro de Interpretación del Camino frente a la Estancia Jesuítica de Caroya e importantes trabajos de refacción en la misma que ya han comenzado.

Se destaca lo proactivo de la Agencia de Turismo, a cargo de la Téc. Olga Candussi, en la promoción de los productos locales como iconos turísticos de Colonia Caroya, estimulando las redes de promoción comunitaria, asistencia social (sanitaria y nutricional) y de producción local, en particular por el desarrollo de actividades agrícolas, tales como el cultivo de la vid, los frutales y otros productos primarios constituyendo una importante parte de su base económica.

### **3. Inserción del proyecto micro en el macro.**

Las acciones en proyecto micro, se sustentan en los 4 ejes estratégicos, planteados dentro de la problemática general de la localidad de Colonia Caroya y su entorno.

El apoyo de la FAO, Universidad Tecnológica Nacional, Universidad de Quilmes, el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), ha permitido generar capacidades locales con tecnologías, que agregan valor y mejoran la producción de los productos locales de Colonia Caroya.

Estas innovaciones, permiten a organizaciones externas, invertir y seguir apostando al desarrollo local de Colonia Caroya, mediante alianzas estratégicas interinstitucionales, auspiciando avances hacia un sistema organizacional innovativo de producción, integrando las diferentes comunidades de inmigrantes y criollos e impulsando la economía de la microrregión, sumando la articulación entre todos los actores comerciales, para potenciar el desarrollo de Colonia Caroya.

El proyecto micro permitirá fortalecer el tejido social, con capacitación profesional e inclusión, sobre todo para el apoyo en el desarrollo de los jóvenes. Orientado a fomentar la construcción de instituciones de educación técnica profesional y estimulando convenios para la incorporación de empleos, asesorías y capacitaciones.

Potencializar las redes y la Tics, como herramienta base para la promoción de la aglutinación sociocultural, a fin de llegar a desterrar los viejos prejuicios entre “gringos” y “negros”, consolidado por la llegada de nuevos pobladores que impulsarán la integración.

El microproyecto brindará la posibilidad de desarrollar un diseño apropiado y adaptación de las mejores tecnologías a las necesidades de producción de salame Caroya, instalando un sistema innovador de control sanitario y trazabilidad del producto, respetando los conocimientos artesanales, para mejorar la calidad e inocuidad del salame Caroya, con el objeto de potenciar el producto a nivel local, así como el aumento de su producción, adaptada al mercado nacional e internacional.

Esta adaptación, desde la IG y DO, como un componente estratégico en el agregado de valor a salame de Caroya, garantizará que la calidad del producto no se deteriore y posibilite una clara diferenciación, con respecto a otros productos de carácter industrializado o de otras regiones. Asegurará el posicionamiento del producto en el mercado nacional y el acceso al mercado internacional, generando ingresos durante todo el año a los productores.

De esta forma se busca, impulsar un proceso que incremente las capacidades productivas en la región y promover el desarrollo turístico, sumándose el salame de Caroya al actual enoturismo de la región.

El planteo del micro proyecto, está orientado a promover el turismo generando la infraestructura y espacios recreativos, con el propósito de brindar atracción y confort a quienes visiten la región de Colonia Caroya.

Desde la Agencia de Turismo de Colonia Caroya, se propone consolidar una estrategia de turismo en la microrregión, junto a los municipios aledaños, en especial con la localidad de Jesús María. El acompañamiento de microempresas en esta estrategia, permitirá un desarrollo integral del turismo.

Finalmente no se debe descuidar cualquier actividad de impacto ambiental, y deberá propiciar el involucramiento activo de la población local tanto como de la Microrregión, contribuyendo así a mejorar los ámbitos sociales, culturales, económicos y productivos.

### **III. Programación:**

#### **1. Duración total del proyecto.**

3 AÑOS

#### **2. Sostenibilidad futura:**

Desde principios del año 2008 el INTA se ha involucrado en la IG y DO de Colonia Caroya y particularmente en la elaboración del Salame Caroya, desde el diagnóstico inicial se detectó la particularidad del tejido social y sus diferencias que pueden crear conflictos a la hora de organizarse, como la amenaza de la desaparición de la elaboración tradicional del salame o por el contrario ocupar un mercado muy pequeño local o de autoconsumo y la sensible falta de buenas prácticas en la elaboración del salame creando dudas en la calidad e inocuidad de lo elaborado.

Actualmente se encuentran en marcha algunos proyectos y acciones orientadas a ocuparse de estos temas que atentan con la sostenibilidad de la elaboración del salame de Caroya, quedando pendientes como temas a fortalecer, la comercialización para ampliar los mercados a nivel local, regional, nacional e internacional; así como el turismo de la región.

El proyecto micro propuesto entiende la integración de todas estas temáticas, con la finalidad de asegurar la sostenibilidad de la elaboración del salame de Caroya y su contribución como icono local para el desarrollo de la región.

La intervención conjunta propiciada por una alianza entre el INTA, la Municipalidad de Caroya y los productores de Salame de Caroya, junto a la colaboración de otras instituciones nacional e internacionales, garantizan que el proyecto propuesto sentará la línea de base para un desarrollo sostenible en Colonia Caroya y la región.

En este contexto y considerando la necesidad de acciones que contribuyan a la sostenibilidad del proyecto se plantea lo siguiente:

- 1) Sostenibilidad en el tejido social, al desaparecer las diferencias entre los descendientes de inmigrantes italianos de otra inmigraciones y criollos, facilitando las asociación entre todos lo productores de Colonia Caroya.
  - 2) Sostenibilidad en la producción de salame de Caroya, al implementar las buenas practicas y gestión de la calidad e inocuidad en la elaboración del salame de Caroya brinda las condiciones exigidas por los consumidores y mercados.
  - 3) Sostenibilidad económica, al obtener sistemas productivos más rentables y acordes al mercado actual, mejoras en la calidad e inocuidad del producto y un eficiente sistema de atención al cliente y otros servicios asociados.
- Además, posiciona el salame de Caroya, como un nuevo producto, el agregado

de valor de las certificaciones IG y DO permitiendo fomentar en los circuitos del mercado regional, nacional e internacional.

- 4) Sostenibilidad del turismo, considerando que la Ciudad de Colonia Caroya sabemos es potencialmente turística, pero que necesita impulsar esta industria en la región. Como primera medida, se fortalecen los lazos con la ciudad de Jesús María aprovechando la historia y los espacios naturales de la región que atraen, hoy en día, a muchos turistas. Al tomar las certificaciones IG y DO de Colonia Caroya en sus productos, vinos, frutas, hortalizas y chacinados aumenta este el valor del territorio para hacerlo atractivo no solo a nivel nacional sino que a nivel internacional para ello es necesario implementar todas las “comodidades” esperadas por los consumidores mejorando el transporte para poder llegar como su estadía. Considerando permanente cuidado del ambiente y el paisaje, crea el escenario ideal para se sostenible.

La continuidad en la presencia del INTA, aún finalizado el proyecto, otras instituciones y una estrategia de desarrollo continuo por parte de la Municipalidad de Colonia Caroya junto a la Provincia de Córdoba, garantizarán la sostenibilidad del desarrollo en la región.

### **3. Previsión de desarrollo posterior.**

El territorio de Colonia Caroya ha sido objeto de gran interés por las diferentes actividades productivas, entre ellas la viticultura y el salame, en tanto que las autoridades locales e instituciones privadas de apoyo han desarrollado procesos que poco a poco han hecho de la crisis oportunidad, y continúan con la gestión de iniciativas que contribuyan al despegue socioeconómico del territorio. En ese contexto los resultados e impactos que se persiguen con el presente proyecto resultan de mucha utilidad para las iniciativas futuras en el área económica, ambiental, cultural y social. De manera concreta, los avances que se obtengan en la intervención propuesta pueden ser útiles en la gestión de proyectos de: apoyo de fomento a los productos étnicos, aprovechamiento de los recursos en infraestructura turística, rescate del patrimonio cultural, fomento a la empresariedad, mejoramiento de sistemas productivos locales y la integración cultural y de tejido social de la comunidad Colonia Caroya.

Cabe destacar la existencia en la región de iniciativas turísticas en relación al salame, pero la mayor parte de ellas reconocidas como generalidad Cordobesa, hecho que facilitaría al Salame Caroya, en la oportunidad de proyectar y diseñar un producto singular con el cual competir, que posea esa diferenciación capaz de incidir en la mente del turista para considerar Colonia Caroya como un destino turístico imperdible, pues lo que allí encuentra no lo encontrará en ningún otro lugar. No obstante, la Denominación de Origen, va más allá y permitiría que el atractivo turístico sea un valor agregado, pues el presente proyecto puede generar resultados y experiencias muy útiles para un desarrollo local integral.

Es así, como el presente proyecto realiza todo un proceso investigativo - participativo que permite generar un entramado cultural y de tejido social, que cohesionan a la comunidad y sus habitantes, a un proceso de relaciones vecinales y productivas, reconociéndose como unidad, para desarrollar habilidades técnico productivas que mantengan esa singularidad y calidad sensitiva del Salame y trabajen mancomunadamente por el reconocimiento nacional de su producto Salame Caroya, y por ende la capacidad y calidad productiva, para proyectar sus redes comerciales a nivel internacional.

Finalmente, mencionar que el presente proyecto brinda resultados utilizables para proyectos de investigación y desarrollo, que se proyectan a otras experiencias a través de convenios interinstitucionales en los que participan empresas, universidades y Ong's

interesadas en desarrollar productos y servicios que favorezcan el despegue socioeconómico de la región y donde cada actor tiene algo que ganar dentro de su rol en la región.

#### **IV. Acciones:**

##### **1. Acciones estratégicas:**

<b>Descripción de la acción</b>	<b>Responsable</b>
<b>1.</b> Incremento de la competitividad, aumento de la producción y mantenimiento de la calidad por medio de procesos técnicos que se ejecutan en la agregación de valor al Salame Caroya.	<b>INTA. INTI. Universidad de Quilmes. Universidad Nacional Tecnológica (facultad regional Córdoba)</b>
<b>2.</b> Fortalecimiento del proceso organizacional y del tejido social de los productores de Salame Caroya, reforzando la identidad local hacia los ámbitos regional y nacional.	<b>Cámara Argentina de la Industria de Chanicados y Afines (CAICHA). Red SIAL (Sistema Agroalimentario Localizado). Gobernación Provincial y Municipal. FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura). INTA. Ministerio de Desarrollo Social.</b>
<b>3.</b> Desarrollo de modelos de redes comerciales nacionales e internacionales fundamentados en un mayor reconocimiento de la oferta y la demanda del Salame Caroya.	<b>INTA Municipalidad Provincia de Córdoba Ministerio de Agricultura (MAGyP)</b>
<b>4.</b> Vinculación activa de los productores de Salame al proceso de Denominación de Origen del Salame Caroya.	<b>INTA Municipalidad FAO MAGyP</b>
<b>5.</b> Vinculación del proceso productivo al turismo nacional con la promoción de venta de servicios relacionados con la Denominación de Origen del Salame Caroya.	<b>Secretaría de Turismo Municipalidad (Agencia de Turismo) Turismo provincial (Agencia Córdoba Turismo) Secretaría de Turismo de la Nación</b>
<b>6.</b> Fortalecimiento de las redes institucionales que desarrollan acciones relacionadas con la producción de Salame Caroya.	<b>Municipalidades Gobernación Provincia de Córdoba Red SIAL</b>

**V. Actividades.**

<b>ESTRATEGIA 1</b> <b><i>Incremento de la competitividad, aumento de la producción y mantenimiento de la calidad por medio de procesos técnicos que se ejecutan en la agregación de valor al Salame Caroya.</i></b>
Actividad 1.1 Diagnostico de la situación actual de la producción y procesos técnicos del salame de Caroya.
Actividad 1.2 Diagnostico de las calidades valorizadas en la producción del salame de Caroya: De uso (facilidad de uso, envases, etc.) – Organolépticas (sensaciones) – Nutricionales (alimento equilibrado) – Higiénicas (inocuidad) – Simbólicas (producción tradicional, su naturaleza cultural) – Medio ambiental (impacto sobre?)
Actividad 1.3 Implementación de un sistema de capacitación en aplicación de técnicas innovativas en la producción de salame de Caroya (involucrando temáticas relacionadas con la calidad e inocuidad del producto).
Actividad 1.4 Desarrollo de módulos de capacitación en gestión empresarial de acuerdo al nivel o tipo de productor (Artesanal, familiar, industrial, etc.)
Actividad 1.5 Capacitación de los productores en desarrollo y mantenimiento de la infraestructura necesaria para la producción de salame de Caroya.
Actividad 1.6 Asistencia técnica a los elaboradores/productores de materia prima para el salame de Caroya en la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), en el manejo productivo (reproducción y nutrición) y sanitario de vacunos y porcinos.
Actividad 1.7 Asistencia técnica a los elaboradores/empresas de salame Caroya en la implementación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en el salame orientado a aprovechar la IG y DO de Colonia Caroya.
<b>ESTRATEGIA 2</b> <b><i>Fortalecimiento del proceso organizacional y del tejido social de los productores de Salame Caroya, reforzando la identidad local hacia los ámbitos regional y nacional</i></b>
Actividad 2.1 Diagnostico actual de las formas de asociación de los productores de Salame Caroya.
Actividad 2.2 Elaborar un diagnóstico etnográfico de la comunidad Colonia Caroya, mediante la técnica de cartografía social, que permita identificar las necesidades y características culturales comunes.
Actividad 2.3 Realizar un encuentro de experiencias culturales y productivas que permita el reconocimiento del otro propiciando la identidad colectiva
Actividad 2.4 Elaborar un documento recopilando los aspectos culturales, sociales y productivos identificados en los encuentros realizados
Actividad 2.5 Realizar un autodiagnóstico de las organizaciones y formas de asociatividad mediante la técnica árbol de problemas.
Actividad 2.6 Desarrollo de estrategias de trabajo colectivo y diseño de actividades vinculadas a procesos de desarrollo rural.
Actividad 2.7 Creación de la comisión de representantes ante la alianza Denominación de Origen Salame Caroya
Actividad 2.8 Implementación de un proceso sistemático de capacitación en

organización legal.

Actividad 2.9 Acompañamiento de la constitución legal de las organizaciones.

### **ESTRATEGIA 3**

***Desarrollo de modelos de redes comerciales nacionales e internacionales fundamentados en un mayor reconocimiento de la oferta y la demanda del Salame Caroya.***

Actividad 3.1 Elaboración de estudio de oferta y demanda sobre productos chacinados

Actividad 3.2 Elaboración de estudio de oferta y demanda de sector vinícola y turismo enológico

Actividad 3.3 Diseño y realización de ruedas de negocios, enlaces empresariales, giras e intercambio de experiencias a nivel nacional y regional.

Actividad 3.4 Diseño y mantenimiento de una página web de Colonia Caroya, financiada por el gobierno municipal y/o provincial, donde se encuentre información del proceso productivo del Salame en relación a las atracciones e información turística de la región.

Actividad 3.5 Asistencia técnica para la búsqueda y definición de acuerdos comerciales con los clientes identificados, así como acuerdos entre productores.

Actividad 3.6 Implementación de una estrategia de difusión y comercialización de chacinados a nivel regional y nacional, basada en la IG y DO.

### **ESTRATEGIA 4**

***Vinculación activa de los productores de Salame al proceso de Denominación de Origen del Salame Caroya.***

Actividad 4.1 Diagnostico de la situación actual de los elaboradores/productores de salame de Caroya con respecto a su conocimiento y compromiso con la IG y DO de Colonia Caroya.

Actividad 4.2 Implementación de un sistema de capacitación sobre las Indicaciones Geográficas, Denominación de Origen y su relación con el territorio así con la biodiversidad, el impacto al medio ambiente y el paisaje.

Actividad 4.3 Asistencia técnica para la internalización de la IG y DO como agregado de valor a los productos de Colonia Caroya y especialmente en el salame de Caroya.

Actividad 4.4 Asistencia técnica para poder lograr evaluar los costos (económicos y de tiempo) en los que deberán incurrir en función de los beneficios que esperan obtener de la certificación IG y DO.

Actividad 4.5 Asistencia técnica para obtener la certificación IG y DO

Actividad 4.6 Asistencia técnica para poder llegar a los mercados que valoran la certificación de IG y DO

### **ESTRATEGIA 5**

***Vinculación del proceso productivo al turismo nacional con la promoción de venta de servicios relacionados con la Denominación de Origen del Salame Caroya.***

Actividad 5.1 Desarrollar una investigación etnográfica para la identificación de las

tradiciones culturales comunitarias, productivas, familiares, artísticas y culinarias.
Actividad 5.2 Elaboración de informe de resultados y categorías de la investigación cultural.
Actividad 5.3 Retroalimentar los resultados obtenidos de la investigación con los líderes de las familias productoras de la comunidad Colonia Caroya.
Actividad 5.4. Diseño de ruta de turismo de acuerdo a las zonas potenciales identificadas.
Actividad 5.5 Estudio y diseño de la infraestructura de la región relacionado con la capacidad hotelera, restaurantes, sitios recreativos y de esparcimiento.
Actividad 5.6 Elaboración de un plan de infraestructura y su implementación para la región
Actividad 5.7 Desarrollo de pequeñas obras de inversión local en infraestructura y equipamiento básicos.

## **ESTRATEGIA 6**

### ***Fortalecimiento de las redes institucionales que desarrollan acciones relacionadas con la producción de Salame Caroya***

Actividad 6.1 – Mapeo de instituciones relacionadas con el Salame Caroya
Actividad 6.2 Creación de una alianza estratégica interinstitucional con los actores locales, micro regional y productores de Salame de Caroya.
Actividad 6.3 Formación de una unidad técnica y administrativa microregional que lidere el desarrollo integral y sostenido de la zona dando seguimiento a planes estratégicos y operativos que se ejecutan
Actividad 6.4 Organización de Comités Locales y Microregional, para la ayuda al desarrollo y gestión de la zona; que puedan representar a la comunidad empresarial en estrecha coordinación con los Gobiernos Locales y las instituciones.
Actividad 6.5 Formalización de acuerdos de ayuda mutua entre los diferentes actores locales que trabajan en el fortalecimiento del desarrollo de la micro región y de la identidad local del Salame de Caroya.
Actividad 6.6 Abrir espacios de participación entre los productores para generar iniciativas de autogestión de los proyectos productivos de Colonia Caroya.
Actividad 6.7 Brindar asistencia técnica para el desarrollo sostenible de la micro región y de los productores de Salame de Caroya.
Actividad 6.8 Organización de Comités Locales y Microregional, para la ayuda al desarrollo y gestión de la zona; que puedan representar a la comunidad empresarial en estrecha coordinación con los Gobiernos Locales y las instituciones.





PRINCIPALES ACTIVIDADES	PRIMER AÑO												SEGUNDO AÑO												TERCER AÑO												
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>ESTRATEGIA 3</b> <b>Desarrollo de modelos de redes comerciales nacionales e internacionales fundamentados en un mayor reconocimiento de la oferta y la demanda del Salame Caroya.</b>																																					
Actividad 3.1 Elaboración de estudio de oferta y demanda sobre productos chacinados			x	x	x																																
Actividad 3.2 Elaboración de estudio de oferta y demanda de sector vinícola y turismo enológico							x	x	x																												
Actividad 3.3 Diseño y realización de ruedas de negocios, enlaces empresariales, giras e intercambio de experiencias a nivel nacional y regional.																x			x				x														
Actividad 3.4 Diseño y mantenimiento de una página web de Colonia Caroya, financiada por el gobierno municipal y/o provincial, donde se encuentre información del proceso productivo del Salame en relación a las atracciones e información turística de la región.					x	x	x	x	x	x	x	x				x	x	x	x	x	x	x	x	x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Actividad 3.5 Asistencia técnica para la búsqueda y definición de acuerdos comerciales con los clientes identificados, así como acuerdos entre productores.																			x	x			x	x									x	x			
Actividad 3.6 Implementación de una estrategia de difusión y comercialización de chacinados a nivel regional y nacional, basada en la IG y DO.																																	x	x	x		
<b>ESTRATEGIA 4</b> <b>Vinculación activa de los productores de Salame al proceso de Denominación de Origen del Salame Caroy.</b>																																					
Actividad 4.1 Diagnostico de la situación actual de los elaboradores/productores de salame de Caroya con respecto a su conocimiento y compromiso con la IG y DO de Colonia Caroya.							x	x	x																												
Actividad 4.2 Implementación de un sistema de capacitación sobre las Indicaciones Geográficas, Denominación de Origen y su relación con el territorio así con la biodiversidad, el impacto al medio ambiente y el paisaje.																x		x		x		x											x		x		
Actividad 4.3 Asistencia técnica para la internalización de la IG y DO como agregado de valor a los productos de Colonia Caroya y especialmente en el salame de Caroya.																x		x		x		x											x		x		
Actividad 4.4 Asistencia técnica para poder lograr evaluar los costos (económicos y de tiempo) en los que deberán incurrir en función de los beneficios que esperan obtener de la certificación IG y DO.																			x		x		x										x		x		
Actividad 4.5 Asistencia técnica para obtener la certificación IG y DO																																	x	x	x	x	x
Actividad 4.6 Asistencia técnica para poder llegar a los mercados que valoran la certificación de IG y DO																																	x	x	x	x	x



## **VIII. Presupuesto.**

### **1. General**

<b>PRESUPUESTO CONSOLIDADO</b>				
Denominación de Origen del Salame de Colonia Caroya como Herramienta de Valorización y Promoción del Desarrollo				
<b>1. HONORARIOS</b>				
Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Primer año	Segund año	Tercer año	TOTAL
	Valor año	Valor año	Valor año	
Personal de planta	72.000	77.600	81.600	231.200
Personal Profesional del INTA	6.500	15.000	18.000	39.500
Asesorías y Capacitaciones - Personal externo	8.000	7.000	23.000	38.000
<b>TOTAL</b>				<b>308.700</b>
<b>2. PLANTA Y EQUIPO</b>				
Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Primer año	Segund año	Tercer año	TOTAL
	Valor año	Valor año	Valor año	
Alquileres	25.833	25.833	25.833	77.500
Equipos	4.150			4.150
<b>TOTAL</b>				<b>81.650</b>
<b>4. SERVICIOS</b>				
Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Primer año	Segund año	Tercer año	TOTAL
	Valor año	Valor año	Valor año	
Telefonía	5.760	5.760	5.760	17.280
Otros	1.800	1.800	1.800	5.400
<b>TOTAL</b>				<b>22.680</b>
<b>5. GASTOS LEGALES</b>				
Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Primer año	Segund año	Tercer año	TOTAL
	Valor año	Valor año	Valor año	
Trámites legales	4.800	4.800	4.800	14.400
<b>TOTAL</b>				<b>14.400</b>

**6. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Primer año	Segund año	Tercer año	TOTAL
	Valor año	Valor año	Valor año	
Página web	2.500			2.500
Material Impreso			3.000	3.000
<b>TOTAL</b>				<b>5.500</b>

**7. GASTOS DE VIAJE**

Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Primer año	Segund año	Tercer año	TOTAL
	Valor año	Valor año	Valor año	
Transporte, fletes y acarreos	3.800	2.400	5.900	12.100
Hoteles y restaurantes	21.200	21.200	20.650	63.050
<b>TOTAL</b>				<b>75.150</b>

**8. DIVERSOS**

Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Primer año	Segund año	Tercer año	TOTAL
	Valor año	Valor año	Valor año	
Aseo, cafetería, cajas menores y otros	7.380	5.880	5.880	19.140
<b>TOTAL</b>				<b>19.140</b>

<b>GRAN TOTAL</b>				<b>TOTAL</b>
				<b>527.220</b>

## 2. Detallado

PRESUPUESTO DETALLADO										
Denominación de Origen del Salame de Colonia Caroya como Herramienta de Valorización y Promoción del Desarrollo Local										
1. HONORARIOS										
Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Valor (Mensual)	N. meses - total	Primer año		Segundo año		Tercer año		TOTAL	
			N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	N. meses	Valor año		
<b>Personal de planta</b>										
Coordinador	2.000	36	12	24.000	12	24.000	12	24.000	72.000	
Administrador Contable y Financiero	1.000	36	12	12.000	12	12.000	12	12.000	36.000	
Especialista en Economía, RRII y Finanzas, 4.1	1.200	36	12	14.400	12	14.400	12	14.400	43.200	
Especialista en trabajos y proyectos con comunidades	1.200	36	12	14.400	12	14.400	12	14.400	43.200	
Especialista de Turismo Rural	800	24	9	7.200	8	6.400	7	5.600	19.200	
Operador de Turismo Rural	800	4		0		0	7	5.600	3.200	
Especialista de Infraestructura de turismo Rural	800	18		0	8	6.400	7	5.600	14.400	
<b>Personal Profesional del INTA</b>										
Asistencia técnica para productores de materias primas e implementación de BPA en vacunos y porcinos, y Asistencia técnica para productores de salame en BPM, y Desarrollo y mantenimiento de infraestructura para producción de salame	500	26	6	3.000	10	5.000	10	5.000	13.000	
Diagnóstico de formas de asociación de productores y Diagnos	500	2	2	1.000		0		0	1.000	
Estrategias de trabajo colectivo para desarrollo rural	500	2	2	1.000		0		0	1.000	
Diagnóstico IG y DO	500	3	3	1.500		0		0	1.500	
Capacitación impacto IG y DO sobre impacto al medio ambiente, Asistencia técnica para internacionalización de IG y DO, y Asistencia para evaluación de costos y beneficios derivados de la implementación de IG y DO	500	14		0	9	4.500	5	2.500	7.000	
Asistencia técnica para obtener IG y DO, y Asistencia técnica para incursionar con IG y DO en mercados	500	10		0		0	10	5.000	5.000	
Formación de unidad técnica microregional para el desarrollo de la zona y Formalización de acuerdos entre actores locales	500	22		0	11	5.500	11	5.500	11.000	
<b>Asesorías y Capacitaciones - Personal externo</b>										
Aplicación de técnicas innovadoras en producción del salame, y Gestión empresarial	1.000	7	7	7.000		0		0	7.000	
Conferencista encuentro de experiencias productivas	1.000	1	1	1.000		0		0	1.000	
Capacitación en organización legal y acompañamiento de constitución legal de las organizaciones	1.000	9		0	3	3.000	6	6.000	9.000	
Asesoría en acuerdos comerciales, y Estrategia de difusión y cc	1.000	11		0	4	4.000	7	7.000	11.000	
Asistencia técnica para desarrollo sostenible de la microregion y de los productores de salame	1.000	10		0		0	10	10.000	10.000	
<b>TOTAL</b>	<b>16.300</b>								<b>308.700</b>	

2. PLANTA Y EQUIPO										
Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Valor (Mensual)	Cantidad	Primer año		Segundo año		Tercer año		TOTAL	
			N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	N. meses	Valor año		
<b>Alquileres</b>										
Alquiler de oficina	2.000	36	12	24.000	12	24.000	12	24.000	72.000	
Alquiler espacio para encuentro de experiencias culturales y capacitaciones	500	3	2	1.000	1	500			1.500	
Alquiler espacio para ruedas de negocios	2.000	2					2	4.000	4.000	
<b>Equipos</b>										
Computadores portátiles	700	5	5	3.500					3.500	
Empresora multifuncional	250	1	1	250					250	
Cámara fotográfica	400	1	1	400					400	
<b>TOTAL</b>	<b>5.850</b>								<b>81.650</b>	

4. SERVICIOS									
Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Valor (Mensual)	N. meses - total	Primer año		Segundo año		Tercer año		TOTAL
			N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	
Telefonía									
Teléfono local, nacional e internacional	80	36	12	960	12	960	12	960	2.880
Telefonía móvil	400	36	12	4.800	12	4.800	12	4.800	14.400
Otros									
Correos postales	150	36	12	1.800	12	1.800	12	1.800	5.400
<b>TOTAL</b>	<b>630</b>								<b>22.680</b>
5. GASTOS LEGALES									
Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Valor (Mensual)	N. meses - total	Primer año		Segundo año		Tercer año		TOTAL
			N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	
Trámites legales									
Notariales	300	24	8	2.400	8	2.400	8	2.400	7.200
Trámites y licencias	300	24	8	2.400	8	2.400	8	2.400	7.200
<b>TOTAL</b>	<b>600</b>								<b>14.400</b>
6. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD									
Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Valor (Mensual)	N. meses - total	Primer año		Segundo año		Tercer año		TOTAL
			N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	
Página web									
Diseño y elaboración de página web	2.500	1	1	2.500					2.500
Material Impreso									
Estrategia de difusión y comercialización de chacinados	1.000	3					3	3.000	3.000
<b>TOTAL</b>	<b>3.500</b>								<b>5.500</b>
7. GASTOS DE VIAJE									
Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Valor (Mensual)	Cantidad	Primer año		Segundo año		Tercer año		TOTAL
			N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	
Transporte, fletes y acarreos									
Tiquetes aéreos personal INTA	500	8	4	2.000	2	1.000	2	1.000	4.000
Transporte terrestre personal INTA	200	8	4	800	2	400	2	400	1.600
Tiquetes aéreos expertos externos	500	5	2	1.000	2	1.000	1	500	2.500
Tiquetes productores participación en ruedas	400	10					10	4.000	4.000
Hoteles y restaurantes									
Hospedaje permanente Colonia Caroya	850	36	12	10.200	12	10.200	12	10.200	30.600
Hotel Córdoba	55	540	180	9.900	180	9.900	180	9.900	29.700
Hotel productores participacio rueda	275	10	4	1.100	4	1.100	2	550	2.750
<b>TOTAL</b>	<b>2.505</b>								<b>75.150</b>
8. DIVERSOS									
Descripción motivo por el cual se generan los honorarios	Valor (Mensual)	N. meses - total	Primer año		Segundo año		Tercer año		TOTAL
			N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	N. meses	Valor año	
Aseo, cafetería, cajas menores y otros									
Elementos de aseo	80	36	12	960	12	960	12	960	2.880
Elementos de cafetería	80	36	12	960	12	960	12	960	2.880
Útiles, dotación de oficina y papelería	80	36	12	960	12	960	12	960	2.880
Material de enseñanza para capacitaciones	100	36	12	1.200	12	1.200	12	1.200	3.600
Fotocopias	50	36	12	600	12	600	12	600	1.800
Taxis y buses	100	36	12	1.200	12	1.200	12	1.200	3.600
Seguros y pólizas	500	3	3	1.500					1.500
<b>TOTAL</b>									<b>19.140</b>
<b>GRAN TOTAL</b>									<b>527.220</b>

### 3. Financiación

La alianza, mediante un convenio de cooperación técnica, entre las instituciones que llevarán adelante el proyecto, buscarán la financiación del presente proyecto a través de las posibilidades que brinda el MAGyP y/o el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (MinCyT) para acceder a fondos de subsidio/préstamo del Banco Mundial (BM) y/o el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Existe una tercera fuente a través de la PROCAL (Proyecto de Calidad de los Alimentos Argentinos) para acceder a fondos de préstamo del banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (**BIRF** en inglés = *International Bank for Reconstruction and Development* o *IBRD*) perteneciente al Banco Mundial

## **IX. Control y Evaluación Final y continua.**

### **1. Medidas de Control y evaluación.**

El control y evaluación del proyecto constituyen un proceso participativo, cuali – cuantitativo y periódico que se apoya en el sistema de información gerencial, y que descansa en el monitoreo, seguimiento y sistematización permanentes de las experiencias para verificar logros, dificultades y lecciones aprendidas. Este proceso estará a cargo del Comité Coordinador del proyecto integrado por los Gerentes de proyecto de INTA, la Municipalidad de Colonia Caroya y la Comisión de productores de Salame Caroya. Contará con el apoyo del Gobierno de la provincia de Córdoba, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), la Universidad de Quilmes y la Facultad Regional de Córdoba de la Universidad Nacional Tecnológica.

Para comprobar el logro de los objetivos, las metas y los indicadores, se realizará un seguimiento mensual y trimestral que se reflejará en los informes respectivos; además de una evaluación intermedia y final que también contará con sus correspondientes informes. En este sentido; los mecanismos de evaluación y monitoreo que se emplearan en el ciclo del Proyecto, son los siguientes:

- a) Diagnóstico “Ex-ante” (o línea de base) de cada componente de intervención, cuyo objetivo es determinar y medir las condiciones reales del entorno y de cada grupo meta en el momento inicial de los procesos de transformación a que serán sometidos.
- b) Establecimiento de Fases o etapas del Proyecto con determinación de metas por alcanzar, con lo que cada estrategia propuesta y aplicada a los diferentes componentes tendrán un Plan de Trabajo detallado donde se consignen los resultados esperados por metas, objetivos y la calendarización proyectada para la ejecución.
- c) Diagnósticos “Ex-durante” a lo largo de todo el proyecto con la finalidad de detectar variaciones o desvíos del objetivo del proyecto. Estos diagnósticos “ex-durante” medirán el avance cualitativo de todas las actividades y su evolución.
- e) Un Diagnóstico “Ex-post” al concluir el Proyecto, cuyo objetivo será la recolección de datos para la evaluación definitiva del Proyecto, que sumados a la información de los diagnósticos de las etapas, posibilitem medir dos aspectos: el despegue total registrado al final de las intervenciones con relación al diagnóstico “ex-ante”; y el impacto alcanzado por el desarrollo de Colonia Caroya y el impacto del salame Caroya con certificación IG y DO en el territorio y los grupos humanos beneficiarios al finalizar las actividades.
- f) Instrumentos de reportes de acción por resultados -diseñados por el Coordinador del Proyecto y elaborados periódicamente por los responsables de la ejecución de las actividades en los que se consignen los avances de la intervención en los territorios y grupos humanos identificados que servirán de insumo fundamental para el trabajo de monitoreo de las acciones.
- g) Cronograma de Acción en el que se establezca la realización total de las actividades.
- h) Planes de inversión por cada Plan de Acción en los que se detalle el costo de realización de las actividades para lograr las metas. Este plan de inversión debe reflejar el costo total de todas las acciones que se realizarán durante el tiempo de realización del Proyecto.



- i) Flujo de costos proyectados que debe presupuestar detalladamente en períodos exactos (mes, trimestre, semestre y año) el movimiento del dinero requerido para la realización de las actividades del Proyecto.
- j) Flujo de costos real para comparar si lo que ocurre corresponde con lo planificado en el flujo de costos proyectado. Ambos instrumentos juntos son fundamentales para monitorear el avance de las actividades, pues permiten evaluar la inversión de los recursos económicos y poder hacer cambios o reorientaciones para corregir desfases entre lo presupuestado y lo real.

## 2. Indicadores de evaluación.

OBJETIVO DE DESARROLLO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACION	RIESGOS
<b>OBJETIVO GENERAL</b> <b>Impulsar el desarrollo local a través de la Identificación Geográfica y la Denominación de Origen del Salame de Colonia Caroya.</b>	<p>Incremento de la capacidad de acción colectiva de los productores de salame a nivel regional, nacional e internacional.</p> <p>Alto impacto en la economía del país y local aumentando en el índice de competitividad pasando de 3.76 a 3.9</p> <p>Aumento en la capacidad competitiva del productor de Salame de Caroya, con un valor diferenciador de los demás oferentes: mayor calidad.</p> <p>El 40% de las familias de Colonia Caroya mejorando su nivel socioeconómico.</p>	<p>Indicadores de ranking de competitividad Global</p> <p>Encuesta socioeconómica</p> <p>Informe / Registro de ventas del Salame Caroya</p> <p>Balance de la económica de la Localidad de Caroya</p>	<p>Disminución de la participación de los productores de Salame Caroya</p> <p>Que se genere restricción tanto a nivel local, nacional e internacional del Salame Caroya</p> <p>Políticas de ?? (contra la IG y DO)</p>

OBJETIVO DE DESARROLLO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACION	RIESGOS
<b>OBJETIVO ESPECIFICO</b> <b>Incrementar el proceso de innovación técnica, organizacional y turística orientado a la preservación de la tipicidad Salame de Colonia Caroya; identificando los factores territoriales que confieren al producto, contribuyendo a la organización de los actores locales para la proyección al mercado nacional e internacional</b>	<p>Los productores de Salame Caroya han incrementado en un 30% en innovación técnica, organizacional y turística para la perseverancia de la tipicidad Salame Caroya</p> <p>El 90% de productores sensibilizados en la importancia de la innovación en los procesos técnicos, organizacionales y turísticos.</p> <p>El 100% de productores apoyando todo el proceso de innovación, como pilar en la proyección hacia el mercado nacional e</p>	<p>Informe estadísticas de innovación en las diferentes áreas.</p> <p>Documentos de sistematización de capacitaciones y asistencia técnica en la temática</p> <p>Plan de trabajo de innovación.</p> <p>Registro de importaciones</p>	<p>Resistencia por parte de los productores a la innovación técnica y apropiación de la TICs.</p> <p>Falta de interés de los actores locales para congregarse en busca de la ampliación al mercado nacional e internacional.</p>

	internacional.  Un 10% de productores exportando Salame Caroya		
--	--	--	--

OBJETIVO DE DESARROLLO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACION	RIESGOS
<b>RESULTADOS 1</b> <b>Incremento de la competitividad, aumento de la producción y mantenimiento de la calidad por medio de procesos técnicos que se ejecutan en la agregación de valor al Salame Caroya.</b>	<p>1.1. Cantidad de productores que han incorporado tecnología en el proceso de elaboración del salame de Caroya</p> <p>1.2. Cantidad de muestras y análisis remitidos a instituciones del salame de Caroya.</p> <p>1.3. 100 % de los elaboradores que aplicaron este sistema han mejorado la calidad e inocuidad con aumento de los ingresos económicos en por lo menos un 30 %.</p> <p>1.4. 80% de los productores artesanales ingresan como empresa PyME. 30% PyME pasa a industrial y 30 % de industrial se introduce en el mercado internacional.</p> <p>1.5. 95% de los productores mejoran su infraestructura e incorporan nuevo equipamiento para la producción de Salame Caroya.</p> <p>1.6 Mejora en la oferta comercial de salame de Caroya por su calidad, inocuidad y trazabilidad.</p> <p>1.7. Mejora en la oferta comercial de salame de Caroya por su calidad, inocuidad, trazabilidad y agregado de valor por certificación IG y DO con apertura a mercados nacionales e internacionales.</p>	<p>*Registros de cursos y asistencias técnicas recibidas.</p> <p>*Registros de material recibido y resultados de los análisis enviados a instituciones.</p> <p>*Documentos de sistematización y asistencia técnica recibida.</p> <p>*Registro de empresas PyME, industrial y como exportador.</p> <p>*Registros municipales de control de infraestructura y de inspección de establecimiento de elaboración.</p> <p>*Aplicación del Manual de Buenas Prácticas Agrícolas en materia prima para la elaboración del salame de Caroya.</p> <p>*Aplicación del Manual de Buenas Prácticas de Manufactura en la elaboración del salame de Caroya</p>	<p>*Tecnologías no aplicadas o aplicadas parcialmente. Resistencia a mejorar el método tradicional de elaboración de salame de Caroya.</p> <p>*Resistencia al muestreo por parte de los productores. Falta de representatividad de las muestras. Laboratorios no homologados.</p> <p>*Resistencia en aplicar los procesos de calidad e inocuidad por tomarla como una amenaza para los productores artesanales y red de intermediarios en la distribución.</p> <p>*Falta de interés en promoverse como empresa.</p> <p>*Amenaza de no sostener IG y DO; manufactura artesanal y declinación de calidad del producto.</p> <p>* Disponibilidad de recursos para la adquisición de equipos y de mejoramiento/ampliación de infraestructura.</p> <p>*Poco interés para mantener el sistema de gestión de calidad.</p>

OBJETIVO DE DESARROLLO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACION	RIESGOS
<p><b>RESULTADO 2</b>  <b>Fortalecimiento del proceso organizacional y del tejido social de los productores de Salame Caroya, reforzando la identidad local hacia los ámbitos regional y nacional</b></p>	<p>2.1.1 Se elabora diagnóstico de las formas de organización actual de los productos de Salame Caroya</p> <p>2.1.2 .80% de los productores participan en la elaboración de la cartografía social.</p> <p>2.2.1. 80% de los productores perciben los aspectos comunes que tienen como comunidad.</p> <p>2.2.2. 80% de los productores participan en el encuentro cultural.</p> <p>2.3. Productores identifican costumbres y tradiciones alimenticias comunes.</p> <p>2.3.6. 60% de los productores tiene contacto con una persona de diferente nivel productivo.</p> <p>2.4 Un documento consolidado de tradiciones culturales de los productores de Salame</p> <p>2.5 Autodiagnóstico organizativo elaborado.</p> <p>2.6 80% de los productores proyectan estrategias de trabajo colectivo y procesos de desarrollo</p> <p>2.7. 80% de los productores participan en la elección de la comisión.</p> <p>2.8 95% de los productores se capacitan en constitución legal de organizaciones de productores.</p> <p>2.9. Creación de 3 nuevas organizaciones de productores</p>	<p>* Documento con relación de organizaciones existentes, listado de participantes de cada organización y formas de contacto.</p> <p>* Registro de asistencia de productores/total de productores</p> <p>*Resultados de evaluación cualitativa del ejercicio.</p> <p>*Documento diagnóstico de la comunidad.</p> <p>*Registro de productores participantes/total de productores.</p> <p>*Resultados de evaluación cualitativa del encuentro.</p> <p>*Documento elaborado con identificación de tradiciones, costumbres y conocimientos productivos del Salame, en la comunidad Colonia Caroya.</p> <p>*Árbol de problemas elaborado.</p> <p>*Documento diagnóstico de las organizaciones participantes</p> <p>*Registro de asistencia</p> <p>*Evaluación cuantitativa y cualitativa de los temas abordados.</p> <p>* Documento escrito de relación de los representantes y proceso de elección de la comisión representante de la alianza.</p> <p>*Número de productores participantes/ Número total de productores.</p> <p>*Documento legal de constitución.</p>	<p>* Baja disposición de los productores para facilitar datos de sus organizaciones.</p> <p>*Resistencia a compartir sus necesidades.</p> <p>*Rivalidad o dificultades de comunicación en los niveles de organización de productores.</p> <p>*Baja asistencia de los productores.</p> <p>*Dificultades económicas de pequeños productores para dar a conocer sus degustaciones.</p> <p>*Información sesgada en las entrevistas</p> <p>*Dificultad de análisis de la información por la variedad de grupos productores.</p> <p>*Bajo interés en dar a conocer sus realidades organizativas.</p> <p>*Poco interés en el desarrollo de sus organizaciones</p> <p>*Bajo número de postulados a la comisión.</p> <p>*Bajo interés de participación en la alianza.</p> <p>*Bajo interés en organizarse.</p> <p>*Falta de interés en la legalización por los procesos contables requeridos.</p>

OBJETIVO DE DESARROLLO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACION	RIESGOS
<p><b>RESULTADOS 3</b>  <b>Desarrollo de modelos de redes comerciales nacionales e internacionales fundamentados en un mayor reconocimiento de la oferta y la demanda del Salame Caroya</b></p>	<p>3.1. Se elabora un estudio de oferta y demanda de chacinados a nivel local y regional.</p> <p>3.2. Se realiza un estudio de oferta y demanda de sector vinícola y turismo enológico a nivel local y regional.</p> <p>3.3. Participación de los elaboradores/productores en por lo menos 60 % de las reuniones de negocios, enlaces empresariales, giras e intercambio de experiencias.</p> <p>3.4. Consolidar una página web que promocioe el salame de Caroya y en relación a todos los productos de Colonia Caroya y que sea administrada por la Agencia de Turismo de la Municipalidad con aporte de los productores.</p> <p>3.5. 80 % de los productores artesanales con acuerdos comerciales en la región y 60 % de las PyMEs con acuerdos comerciales a nivel nacional y un 30 % de la industrial con acuerdo comercial internacional.</p> <p>3.6. 95% de los productores con certificación IG y DO con permanente difusión y comercialización a nivel local y regional.</p>	<p>* Estudio de oferta y demanda elaborados.</p> <p>* Análisis de mercado de chacinados, vinícola y turístico.</p> <p>*Plan de comercialización en los sectores de chacinados, vino y turismo.</p> <p>*Documentos de los eventos de ruedas de negocios, fotos, videos, etc. de las actividades de negocios e intercambio de experiencias.</p> <p>*Registro de visitas a la página y navegación por la misma con estadística de visita local, regional, nacional e internacional.</p> <p>*Plan de negocios y estrategias de comercialización para el salame de Caroya.</p> <p>*Registros de documentación de sistematización de capacitaciones y de las asistencias técnicas.</p> <p>*Registros de IG y DO en MAGyP</p>	<p>* Que los potenciales compradores ingresen a acuerdos comerciales de exclusividad con intermediarios.</p> <p>*Que decaiga la demanda de chacinados, vino y turismo en los mercados locales y regionales.</p> <p>*Resistencia a los encuentros o experiencias de negocios</p> <p>*Administración de la página web con orientación de interés propio de la municipalidad y se olvide de los intereses de los productores. Falta de aporte de los productores.</p> <p>*Falta de interés e inversión de los productores/elaboradores para abordar nuevos mercados.</p> <p>*Falta de interés de los productores/elaboradores en registrarse</p>

OBJETIVO DE DESARROLLO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACION	RIESGOS
<p><b>RESULTADO 4</b>  <b>Vinculación activa de los productores de Salame al proceso de Denominación de Origen del Salame Caroya</b></p>	<p>4.1 Asociación de productores de Salame ha participado en un 85% en el plan de capacitación en el tema de legitimización, reconocimiento, beneficios e importancia del proceso DO.</p> <p>4.2 Reuniones de asistencia técnica hacia los productores de Salame en impacto cultural y histórico ligados a la producción del Salame</p> <p>4.3 Se encuentra en proceso de implementación un plan de comercialización que contenga la estrategia de mercadeo fundamentada en el aspecto DO / IG y histórico del Salame Caroya</p> <p>4.4 El 95 % de Productores y productoras de Salame han sido capacitados en temas de DO, IG, gestión empresarial iniciativas empresariales, liderazgo, comunicación, competitividad, Administración, gerencia y calidad.</p> <p>4.5 Comisión de Productores de Salame de Caroya se encarga tomar liderazgo en el proceso de la certificación del IG y DO del Salame Caroya</p> <p>4.6 La asociación de productores participa en los espacios de análisis, negociación y toma de decisiones que se establecen en la región para el sector del Salame</p>	<p>*Plan de Capacitación</p> <p>*Informe de las reuniones</p> <p>*Plan de negocio de Comercialización</p> <p>*Plan de trabajo de la Asociación.</p> <p>*Listado de Asistencia</p> <p>*Informes de reuniones con entidades del sector</p>	<p>*Conflictos de legitimación y reconocimiento interno de los productores de Salame</p> <p>*Que los productores con la DO /IG contribuyan a una pérdida de diversidad cultural y de saberes.</p> <p>*Individualismo y desarticulación de los productores generando la inserción de nuevos mercados que desplace a los artesanos del salame</p> <p>*Los sectores influyentes de la -Micro región, inciden para bloquear el proceso de DO y IG del Salame Caroya.</p> <p>*La situación económica local y mundial empeora y se pierda el interés por producir Salame Caroya</p> <p>*Productores con bajo liderazgo en la toma de decisiones y no es de su interés vincularse en el proceso de DO del Salame Caroya para el impulso del desarrollo local</p>

OBJETIVO DE DESARROLLO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACION	RIESGOS
<b>RESULTADO 5</b> <b>Vinculación del proceso productivo al turismo nacional con la promoción de venta de servicios relacionados con la denominación de origen del Salame Caroya.</b>	<p>5.1 Se desarrolla investigación etnográfica de Colonia Caroya</p> <p>5.2 Elaboración de resultado de la investigación etnográfica.</p> <p>5.3 95% de los productores participan en la retroalimentación de los resultados de la investigación etnográfica.</p> <p>5.4 Lugares turísticos identificados para la ruta turística.</p> <p>5.5 Estudio de la infraestructura existente y su calidad para prestar servicio necesario al turismo regional</p> <p>5.6 Se elabora un plan de turismo que vincule a Colonia Caroya</p>	<p>* Entrevistas, registros fotográficos, grabaciones, videos.</p> <p>*Documento etnográfico de Colonia Caroya.</p> <p>*Número de productores participantes/Número total de productores. *Documento etnográfico definitivo</p> <p>*Documento de ruta de turismo enfocada a Colonia Caroya.</p> <p>*Documento de resultados del estudio y propuestas de diseño de mejoramiento de la infraestructura existente.</p> <p>*Plan regional de turismo con énfasis en comunidad Colonia Caroya</p>	<p>* Resistencia de los productores a facilitar información.</p> <p>*Influencia subjetiva del investigador.</p> <p>*Diferencias de identidades culturales en Colonia Caroya</p> <p>*Rechazo a la modernización por parte de los propietarios de las infraestructuras.</p>

OBJETIVO DE DESARROLLO	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTES DE VERIFICACION	RIESGOS
<b>RESULTADO 6</b> <b>Fortalecimiento de las redes institucionales que desarrollan acciones relacionadas con la producción de Salame Caroya</b>	<p>6.1 Se ha elaborado un estudio de las instituciones relacionadas con la oferta y demanda de Salame Caroya a nivel local y región.</p> <p>6.2 Se ha formulado un plan de alianza para la generación de estrategias en la producción y comercialización del Salame Caroya.</p> <p>6.3 La comisión de Productores de Salame liderando plan estratégico para el desarrollo integral y sostenido de la zona.</p> <p>6.4 Participación activa de al menos tres comités locales en reuniones periódicas trabajando para el desarrollo de la micro-región.</p> <p>6.5 Alianzas institucionales establecidas que benefician a la asociación en áreas técnicas, administrativas y/o financiera</p>	<p>*Estudio de oferta y demanda elaborados</p> <p>*Plan de Alianzas estratégicas</p> <p>*Plan de Trabajo de para el desarrollo de la micro-región.</p> <p>*Acuerdos, convenios</p>	<p>*El mercado regional y mundial de compradores de Salame Caroya entre en recesión.</p> <p>*El retiro de instituciones locales, regionales e internacionales para el apoyo del desarrollo local.</p> <p>*Desalineación de necesidades y poca visión estratégica</p> <p>*Se genere grandes brechas entre empresarios y productores</p> <p>*Desintegración del tejido social y agrupaciones comunales.</p>

## **X. Bibliografía utilizada. (ordenada por año reciente)**

1. NIUBO HECTOR, 2013, "Indicaciones Geograficas-Denominación de Origen-Marcas-Marcas Colectivas y de Certificación: Similares, pero diferentes" Alimentos Argentinos, MAGyP. <http://www.alimentosargentinos.gob.ar>
2. OYARZÚN M.T., RIVEROS H. y VANDECANDELEARE E., 2013, "Como promover la calidad vinculada al origen para contribuir al desarrollo en América Latina: enseñanzas de cuatro casos piloto". Publicación IICA y FAO. [http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/files/generaldoc/Publicación-casosAL\\_final\\_02\\_02\\_2014.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/files/generaldoc/Publicación-casosAL_final_02_02_2014.pdf)
3. CHAMPREDONDE M. y BENEDETTO A., 2010, "Riesgos y desafíos en la implementación de una indicación geográfica (IG) - Las denominaciones de origen (DO) y las indicaciones geográficas (IG) como herramientas para el desarrollo territorial rural con identidad cultural (DTR-IC)". International EAAE-SYAL Seminar – Spatial Dynamics in Agri-food Systems, 27-30 Octubre, Parma, Italia.
4. CHAMPREDONDE M., BENEDETTO A. y BUSTOS CARA R., 2010, "Productos típicos asociados a culturas migrantes: impactos de procesos de valorización sobre la identidad de los actores locales\*" Ponencia presentada al VIII Congreso Latinoamericano de Sociología Rural, Porto de Galinhas.
5. CHAMPREDONDE M., CASABIANCA F., BENEDETTO A., GRION A., CANDUSSI O., NANINI P., 2008, *¿Una Indicación Geográfica/Denominación de Origen sirve siempre para promover el Desarrollo Local? Reflexiones sobre la construcción de una IG para el Salame de Colonia Caroya*. En Terceras Jornadas de la Red SIAL Argentina, 23 a 26 de setiembre de, Oberá, Misiones.
6. CHAMPREDONDE, M. (2008) Informe y reflexiones de primer trabajo de terreno en Colonia Caroya, Córdoba, PE AETA 2683, INTA Bordenave, Buenos Aires.
7. FAO – IICA – MINISTERIO de AGRICULTURA de CHILE, 2007, Taller Regional "Calidad de los alimentos vinculados con el origen y la tradiciones en América Latina: Enseñanzas y perspectivas", Santiago de Chile 12 y 12 de diciembre.
8. SCHNEIDER S. y PEYRE TARTARUGA I.G., 2006, "Territorio y Enfoque Territorial: de las referencias cognitivas a los aportes aplicados al análisis de los procesos sociales rurales". Libro del autor MANZANAL M.; NEIMAN G.; LATTUADA M.; Desarrollo Rural, Organizaciones, Instituciones, y Territorios (Editorial Circus). Pag. 71-102.
9. BUSTOS CARA, R.; OUSTRY, L. y HAAG, M. I. (2004) Producción de valores territoriales: entre cultura y mercado. Habilidades y saberes locales como estrategias ante la crisis, en Albaladejo, C. y Bustos Cara, R., Desarrollo local y nuevas ruralidades en Argentina, Argentina-Francia, Edición UNS-INRA SAD.
10. FERNANDEZ Silvana. 2002. Colonia Caroya: Una experiencia de reconversión productiva. <http://upla.net/docs/Fernandez.pdf>
11. OYARZÚN M.T., 2001, "Sellos de calidad en alimentos, el caso de la Unión Europea y de Francia" Conferencia Electrónica sobre Certificación de Calidad en América Latina. Noviembre.

## **Enlaces consultados en Internet**

1. INTA: <http://inta.gob.ar>
2. MAGyP: <http://www.minagri.gob.ar/site/>
3. Alimentos Argentinos:  
<http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/valorAr/IGeo.php>
4. Municipalidad de Colonia Caroya: <http://www.coloniacaroya.gov.ar>
5. Provincia de Córdoba: <http://www.cba.gov.ar>
6. FAO: [www.fao.org/home/es/](http://www.fao.org/home/es/)
7. IICA: <http://www.iica.int/Esp/Paginas/default.aspx>



## XI. GLOSARIO

<b>N°</b>	<b>SIGLA</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PAIS</b>
1	<b>AETA</b>	AREA ESTRATEGICA TECNOLOGIA DE ALIMENTOS	<b>INTA-ARGENTINA</b>
2	<b>BPA</b>	BUENAS PRACTICAS AGRICOLAS	<b>GLOBAL</b>
3	<b>BPM</b>	BUENAS PRACTICAS MANUFACTURA	<b>GLOBAL</b>
4	<b>CAICHA</b>	CAMARA ARGENTINA DE LA INDUSTRIA DE CHACINADOS Y AFINES	<b>ARGENTINA</b>
5	<b>DAFO</b>	DEBILIDADES-AMENAZAS-FORTALEZAS-OPORTUNIDADES	<b>GLOBAL</b>
6	<b>DO</b>	DENOMINACION DE ORIGEN	<b>GLOBAL</b>
7	<b>FAO</b>	FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION	<b>NACIONES UNIDAS</b>
8	<b>IG</b>	INDICACION GEOGRAFICA	<b>GLOBAL</b>
9	<b>IICA</b>	INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA	<b>OEA</b>
10	<b>INRA</b>	INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACION AGRONOMICA	<b>FRANCIA</b>
11	<b>INTA</b>	INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGIA AGROPECUARIA	<b>ARGENTINA</b>
12	<b>INTI</b>	INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGIA INDUSTRIAL	<b>ARGENTINA</b>
13	<b>ISEAD</b>	INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCACION, ADMINISTRACION Y DESARROLLO	<b>ESPANA</b>
14	<b>MAGYP</b>	MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA Y PESCA	<b>ARGENTINA</b>
15	<b>MinCyT</b>	MINISTERIO DE CIENCIA, TECNOLOGIA E INNOVACION PRODUCTIVA	<b>ARGENTINA</b>
16	<b>OEA</b>	ORGANIZACION DE LOS ESTADOS AMERICANOS	<b>OEA</b>
17	<b>PE</b>	PROYECTO ESPECIFICO	<b>INTA-ARGENTINA</b>
18	<b>PYME</b>	PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA	<b>GLOBAL</b>
19	<b>PROCAL</b>	PROYECTO DE CALIDAD DE LOS ALIMENTOS ARGENTINOS	<b>ARGENTINA</b>
21	<b>SAD</b>	DEPARTAMENT SCIENCES POUR L'SACTION ET LE DEVELOPPEMENT	<b>INRA-FRANCIA</b>
22	<b>SENASA</b>	SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA	<b>MAGYP-ARGENTINA</b>
23	<b>SIAL</b>	SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCALIZADO	<b>ARGENTINA</b>
24	<b>TICS</b>	TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACION	<b>GLOBAL</b>
25	<b>UNESCO</b>	UNITED NATION EDUCATION SCIENCE & CULTURE ORGANIZATION	<b>NACIONES UNIDAS</b>
26	<b>UNS</b>	UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR	<b>ARGENTINA</b>
27	<b>UTN</b>	UNIVERSIDAD NACIONAL TECNOLOGICA	<b>ARGENTINA</b>