

**Jornadas “La viabilidad de los inviábiles. Estudios, debates y experiencias sobre formas de producción alternativas al modelo concentrador en el agro”.**

**12 al 14 de noviembre de 2014**

**Universidad Nacional de Quilmes**

**Título del trabajo:** “Estrategias comerciales alternativas de la AF: Carnes de la Puna Jujeña”

**Nombre y apellido de los autores:** Vittar, María Celia; Echenique, Marcelo; Chavez, María Florencia y Quiroga Mendiola, Mariana.

**Pertenencia Institucional:** IPAF Región NOA- INTA.

**Eje seleccionado:**

3. Experiencias asociativas en la producción, el trabajo y la comercialización.

**Dirección Electrónica:** [vittar.maria@inta.gob.ar](mailto:vittar.maria@inta.gob.ar); [echenique.marcelo@inta.gob.ar](mailto:echenique.marcelo@inta.gob.ar); [chavez.maria@inta.gob.ar](mailto:chavez.maria@inta.gob.ar); [quiroga.mendiola@inta.gob.ar](mailto:quiroga.mendiola@inta.gob.ar)

## **INTRODUCCIÓN**

---

Este trabajo se enmarca dentro del objetivo interinstitucional<sup>1</sup> de visibilizar y legitimar prácticas de la Agricultura Familiar (AF), sector social y económicamente importante, que hasta la actualidad ha sido escasamente destinatario de políticas públicas que afiancen su potencial productivo.

En la Puna jujeña existe una ruralidad campesina indígena en donde el territorio, lejos de entenderse como fuente primaria de explotación indefinida y de generación de valor económico, significa un espacio de vida que procede de una

---

<sup>1</sup> El presente trabajo se realiza en el marco de la Mesa Agropecuaria Provincial de Instituciones Nacionales, convocadas con el fin de identificar problemáticas agropecuarias provinciales y elaborar propuestas integrales de abordaje, a través de la investigación y el análisis interinstitucional e interdisciplinario. La Mesa priorizó la situación del sector de la Agricultura Familiar a nivel provincial y regional, así como la importancia de sus actividades productivas. En concordancia con lo expuesto, en Jujuy se consideró prioritario trabajar una propuesta integral para el abordaje de la problemática de la comercialización de carne en la región Puna, por su importancia y potencialidades.

visión integral del mundo. Desde esta perspectiva, las prácticas de la vida y la producción surgen de una concepción de la naturaleza como una totalidad de la que el hombre forma parte. La población de la Puna se estructura en unidades campesinas, que en su mayoría forman parte de Comunidades Aborígenes del pueblo Kolla y Atacama.

Las características ecológicas de la región además, restringen la diversificación productiva principalmente a un modelo pastoril multirodeo (en la Puna se encuentra el 76% del total de llamas, ovejas y cabras de la provincia de Jujuy), siendo la producción y comercialización de carne una actividad fundamental para la reproducción de las familias de la zona.

Históricamente los productores de la Puna implementan diversas estrategias alternativas para comercializar la carne, abasteciendo un mercado de constante demanda de productos. Estas prácticas comerciales sin embargo, muchas veces se dan en el ámbito de la informalidad, fuera del modelo hegemónico de circulación de productos cárnicos; y se sustentan sobre un complejo entramado social, de acuerdos y reciprocidades, que exceden a las clásicas relaciones económicas capitalistas.

Este trabajo pretende poner en valor la importancia de estas estrategias comerciales, tanto para la economía de la Agricultura Familiar (AF) de la Puna como para los sectores históricamente demandantes de estos productos. La posibilidad de conocer con profundidad dichas modalidades de comercialización, pretende hacer un aporte al debate acerca de la necesidad de adecuar las normativas vigentes a las prácticas productivas y comerciales reales, fortaleciendo el rol de los campesinos como productores de alimentos.

## **IMPORTANCIA DE LA AGRICULTURA FAMILIAR EN JUJUY**

---

En la provincia de Jujuy, según datos del Censo Nacional Agropecuario (CNA) del año 2002, los productores familiares representan el 85% del total de las

explotaciones agropecuarias (EAPs)<sup>2</sup> y ocupan el 31% de la superficie de tierra. Esta relación presenta diferentes características por zonas agroecológicas. Las participaciones de las EAPs de productores familiares y de la superficie que estos ocupan, son mayores en aquellos departamentos de la provincia cuyas potencialidades productivas e infraestructura general son escasas, debido al tipo de suelo, a la falta de acceso al agua, deterioro de rutas y caminos, a la ausencia de medios de comunicación, entre otros factores. A modo de ejemplo, en los departamentos de Ledesma y El Carmen (Valles Templados) los productores familiares representan el 71% y el 55% del total y disponen de alrededor del 5% y del 9% de la superficie productiva, respectivamente. Los restantes 29% y 45% son productores no familiares que ocupan el 95% y el 91% de las tierras productivas de los departamentos mencionados, en ese orden. En ambos casos la principal actividad agropecuaria son los cultivos extensivos<sup>3</sup>. Por otro lado, departamentos como Cochino y Rinconada (Puna), presentan características diferentes en relación a la participación de las EAPs de los productores familiares y la superficie ocupada por los mismos. En el primero, el 92% son productores familiares, disponen del 71% de la superficie, y la principal actividad es la ganadera<sup>4</sup>. En el segundo, el 90% de los productores son familiares y disponen del 69% de la tierra, siendo como en el caso anterior, la ganadería la principal actividad productiva. Aparte de lo descrito en el párrafo anterior, entre departamentos existen diferencias significativas en cuanto a la participación de EAPs con límites definidos y sin límites definidos. Mientras las EAPs sin límites definidos en los departamentos de Ledesma y El Carmen representan el 20% y el 6%

---

<sup>2</sup> Según el CNA, EAP constituye la unidad de organización de la producción, con una superficie no menor a 500m<sup>2</sup> dentro de los límites de una misma provincia que, independientemente del número de parcelas (terrenos no contiguos) que la integren. Produce bienes agrícolas, pecuarios o forestales destinados al mercado; tiene una dirección que asume la gestión y los riesgos de la actividad: el productor; utiliza los mismos medios de producción de uso durable y parte de la misma mano de obra en todas las parcelas que la integran.

<sup>3</sup> En Ledesma es la caña de azúcar explicando el 68% del Valor Bruto de Producción (VBP) del departamento, y en El Carmen es el tabaco que genera el 58% del Valor Bruto de Producción (VBP) del departamento.

<sup>4</sup> En Cochino la actividad ganadera genera el 85% del Valor Bruto Producción (VBP) del departamento, mientras que en Rinconada genera el 76%.

respectivamente, en Cochinoca y Rinconada representan el 65% y el 66%, ambos superan la media provincial de 55% (Alcoba y Chavez, 2014).

## **CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA PUNA JUJEÑA**

---

La Puna forma parte de una altiplanicie que continua en los países de Bolivia y Chile, extendiéndose hasta la ollada del lago Titicaca. Los límites de la Puna Argentina van desde la Cordillera de San Buenaventura (al Norte del paso de San Francisco, en la provincia de Catamarca) por el sur, hasta el extremo Norte de la provincia de Jujuy; y desde la cordillera limítrofe con Chile, por el Oeste, hasta las sierras de la Cordillera Oriental de las provincias de Catamarca, Salta y Jujuy, por el este. En la provincia de Jujuy abarca los departamentos de Cochinoca, Rinconada, San Catalina, Susques y Yavi.

La Puna argentina presenta características comunes en las tres provincias por las que se extiende. Su superficie es accidentada, pero con pocos desniveles profundos. Sus partes más bajas se encuentran a una altura promedio de 3.800 metros sobre el nivel del mar mientras que las cumbres sobrepasan los 6.000 metros sobre el nivel del mar. A pesar de la altura la nieve no abunda y la vegetación es escasa. Los cordones montañosos que la envuelven favorecen que se constituya en una región aislada y de difícil acceso. En el sudeste se encuentran tres valles que son vías de accesos naturales a la Puna: la Quebrada de Humahuaca, la del Toro y el Valle Calchaquí.

Es una zona que presenta un clima árido a semiárido casi sin períodos libres de heladas y con amplitudes térmicas diarias extremas (más de 30°C). Las temperaturas mínimas llegan a -20°C. El promedio de precipitaciones es reducido al igual que la humedad, decrecen de norte a sur y de este a oeste. Las precipitaciones varían entre 100 y 300 mm anuales y se concentran en los meses de verano, presentándose con una gran intensidad y muchas veces en forma de granizo. Este clima de extremos se ve acompañado de fuertes vientos y una alta irradiación solar. Las características ecológicas descriptas limitan el potencial y la

diversificación productiva, por lo que en la zona la principal producción es la ganadera. Predomina un modelo pastoril multirodeo asentado principalmente en ovinos, camélidos (llamas) y caprinos, con fuerte movilidad espacial en procura de forrajes y agua de bebida (incluyendo trashumancia<sup>5</sup> en determinadas zonas).

Una de las principales estrategias de reproducción de las familias campesinas de la zona, se caracteriza por la combinación de actividades prediales y extraprediales, con predominio de mano de obra familiar. Forman parte de esta estrategia la migración estacional como trabajadores en actividades agroindustriales a nivel primario, planes sociales del Estado o empleo público (en general de baja calificación) y trabajos temporarios e informales “changas”, como albañiles, “pasadores” en la frontera internacional, proveedores al menudeo de bienes y servicios, entre otros. (Quiroga y Ramisch, 2010; Ramisch et al, 2009; Giarraca et al, 2001; Craviotti y Gerardi, 2002)

### Población

A partir del siglo XVIII se observa una tendencia en la provincia de Jujuy a la disminución sostenida del peso de la población en Puna y Quebrada de Humahuaca y al incremento de la importancia relativa en los Valles Centrales y Subtropicales. En el siglo XVII la Puna se constituía en la región con mayor población a nivel provincial (64% de la población de la provincia).

## **CUADRO N°1**

---

<sup>5</sup> La trashumancia es una práctica ganadera tradicional que consiste en el desplazamiento estacional del ganado entre zonas altas o de mayor latitud destinada a pastos de verano, y zonas bajas o de menor latitud en las que el ganado pasa el invierno, siguiendo rutas regulares establecidas. Ésta constituye una práctica altamente adaptativa, que permite un perfecto acoplamiento entre las actividades de pastoreo y los picos estacionales de productividad de los pastos. Con ello se favorece una óptima explotación de los recursos existentes, así como la posibilidad de evitar los períodos más críticos de escasez: la sequía estival en las zonas bajas y las nieves invernales en las zonas de montaña (Oteros-Rozas y González, 2012).

**Provincia de Jujuy: Participación porcentual de la población de Jujuy por regiones.  
1778-2010\*\***

Región / Año	1778	1869	1895	1914	1947	1960	1970	1980	1991	2001	2010
<b>Puna</b>	<b>64%</b>	31%	22%	16%	17%	10%	8%	7%	6%	6%	<b>6%</b>
<b>Quebrada</b>	16%	18%	18%	13%	13%	9%	9%	7%	6%	5%	5%
<b>Valles Centrales</b>	<b>19%</b>	29%	33%	30%	34%	39%	46%	53%	58%	62%	<b>63%</b>
<b>Valles Subtropicales</b>	<b>1%</b>	22%	26%	40%	35%	42%	38%	34%	30%	27%	<b>26%</b>
Total de población analizada*	13889	40379	49713	76631	165250	239724	300610	407824	509483	607903	669516
Total de Población (incluye Susques)	No hay datos de Susques			77511	166700	241462	302436	410008	512329	611484	673307

Fuente: Gil Montero y otros "Participación porcentual de la población de Jujuy por regiones, 1778-2001"

\* Fue excluido el departamento de Susques debido a que no se cuenta con datos para el siglo XIX. Esta exclusión no modifica la tendencia general. \*\* Se agregó datos del CNPHV año 2010

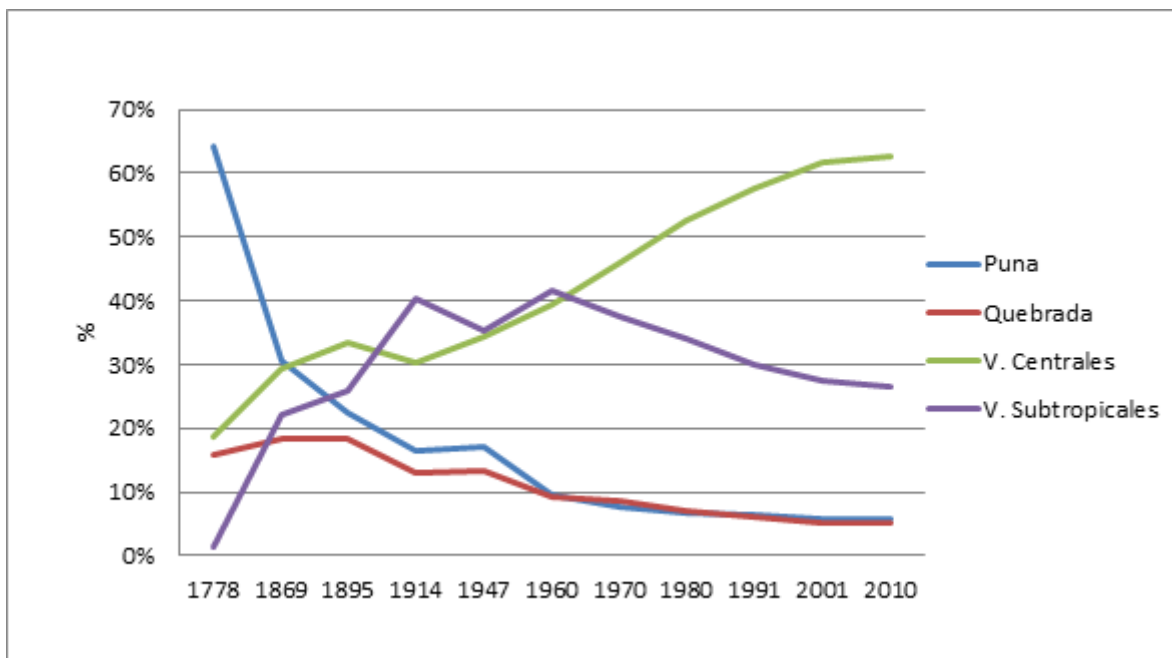
La importancia demográfica así como económica de la Puna también se veía reflejada en las medidas fiscales que tomara el estado jujeño al separarse de la Provincia de Salta (1834). Sobre su población y sus productos se crearon los primeros impuestos: a la extracción de la sal (1840), la capitación indígenal<sup>6</sup> que solo pagaban los habitantes de la región (abolida en 1851), el impuesto a los multiplico del ganado<sup>7</sup> (1863), etc. (Paz, 1999; Gil Montero, 2004).

### GRAFICO N°1

<sup>6</sup> Consiste en un tributo que se graba por "cabeza". Estuvo limitado a las "cabezas de familia", las que solían ser definidas como los varones en edad económicamente activa que no sufrieran de algún impedimento físico o mental que les impidiese el trabajo (Contreras, 2014)

<sup>7</sup> Consiste en un impuesto que se cobraba sobre los animales nacidos por año

**Provincia de Jujuy: tendencia de la población según regiones agroecológicas- Años 1778, 1869, 1895, 1914, 1947, 1960, 1970, 1980, 1991, 2001, 2010**



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Gil Montero y otros "Participación porcentual de la población de Jujuy por regiones, 1778-2001" y CNPHV 2010

Según datos expuestos por Gil Montero (2004), en el siglo XIX los censos reflejan que la actividad económica más importante de la población rural está ligada a la ganadería, siendo la población rural mayoritaria en la región. A modo de ejemplo si se considera las ocupaciones principales en el censo de 1859, incluyendo el cuidado de los animales y la actividad textil, el máximo valor se observa en Cochinoaca, donde el 92% de los hogares se dedican a la actividad, y el mínimo en Rinconada, donde el porcentaje es de 75% de los hogares.

Actualmente los departamentos de la Puna jujeña se encuentran entre los menos poblados de la provincia: según datos del Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda (CNPHV) del año 2010 Rinconada (0,38 h/km), Santa Catalina (0,9 h/km) y Susques (0,41 h/km) poseen menos de un habitante por kilómetro cuadrado, mientras que Cochinoaca (1,6 h/km) y Yavi (7,1 h/km) registran una mayor densidad poblacional en comparación con los primeros pero que dista mucho del indicador a nivel provincial (12,70 hab/km). La diferencia de concentración poblacional que se observa entre los tres primeros departamentos

mencionados y los dos últimos, se infiere que responde a la concentración de habitantes en dos importantes centros urbanos de la región, La Quiaca (Yavi) y Abrapampa (Cochinoca).

### Actividad ganadera

Según datos del Censo Nacional Agropecuario del año 2002, en Jujuy el ganado ovino representa el 56% del ganado total, seguido por el caprino con un 19%, llamas 13%, bovinos 11%, y porcino 1%. Si se compara las participaciones por especie con datos del mismo censo año 2008 (provisorio) se observa una disminución del ganado ovino a 50%, se mantiene el caprino, bovino y porcino, y un aumento de llamas al 19%.

En los departamentos que conforman las regiones de Puna (Cochinoca, Rinconada, Susques, Santa Catalina, Yavi) y de Quebrada (Humahuaca y Tumbaya) se concentra el 93% de los ovinos, el 84% de los caprinos y el 100% de las llamas de la provincia. El 72% del ganado bovino y el 95% del porcino de la provincia se localiza en los departamentos correspondientes a la región de Valles templados (CNA 2002). Específicamente en la región de la Puna, entre el año 2002 y 2008, se observa una importante disminución del 43% en existencias ovinas, un aumento del 40% en llamas, una disminución poco significativa de un 4,1% en caprinos y un incremento del 18% en bovinos.

El 87% de las existencias totales de las distintas especies ganaderas se encuentra en manos de productores familiares. Si se analizan las existencias por especie y por tipo de productor, los ovinos (88%), caprinos (94%) y llamas (89%) son manejados casi exclusivamente por productores familiares. En el caso de los bovinos y porcinos los productores familiares poseen el 67% y el 55% de las existencias, respectivamente (Obschatko, Foti y Román, 2006).

Los productores familiares ganaderos de Puna asientan su actividad productiva principalmente en el sistema pastoril. Cada unidad productiva administra un sistema productivo compuesto por ovejas, cabras, llamas y también vacas en algunas zonas del departamento Cochinoaca. Los porcentajes en que estas especies participan en los hatos múltiples varían según las características de la



zona de cría y las estrategias de reproducción de las familias productoras (Gil Montero, et al 2004).

*“Se practica la rotación de puestos, con veraneada en cercanías de la – casa - que es la habitación principal de la familia y que se ubica en las tierras bajas, normalmente cercanas a vegas o bofedales sumamente productivos. La invernada suele realizarse en puestos de altura, regulada según la disponibilidad de agua: el invierno es la época seca”* (Quiroga Mendiola, 2004). Según Gil Montero (et al 2004), en años en que ha llovido abundantemente, la rotación se invierte; destacando además que otro factor que influye en la decisión para determinar el esquema de pastoreo en el año es la temperatura: las laderas altas son más cálidas que las bajas durante el invierno debido a la inversión térmica que se produce durante la noche y la madrugada.

La puna jujeña históricamente se consolidó como un espacio de cría de llamas, y fundamentalmente de ovinos luego de la Conquista. La especie caprina tuvo siempre menor participación. En este punto es interesante destacar la dinámica que pueden presentar estos porcentajes de autoconsumo y venta según las distintas posibilidades de comercialización de los productos por especies. La carne de llama fue durante mucho tiempo desvalorizada y rechazada fuera de la región productora, privilegiándose el consumo de carne de vaca y de ovino. Más allá que su utilización como alimento data de miles de años, recién en 1996 fue aceptada por el SENASA; según Decreto 220/96; como animal doméstico y su carne apta para el consumo humano.

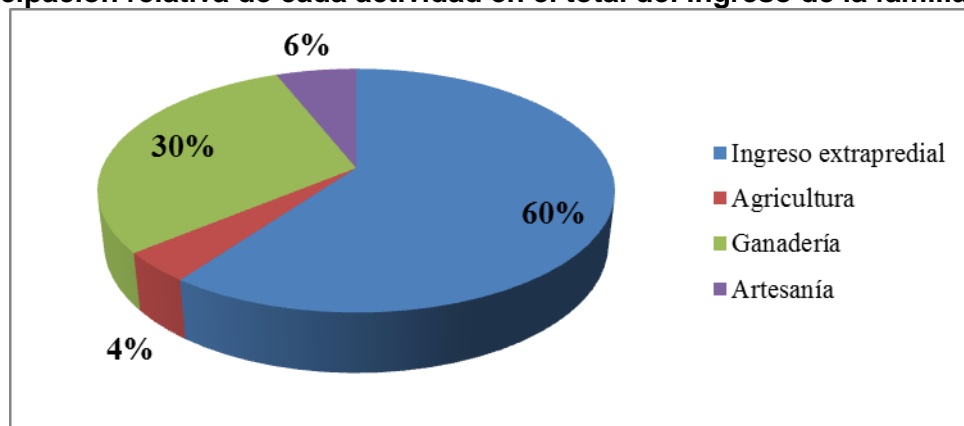
### **RELEVANCIA DE LA ACTIVIDAD GANADERA EN LAS ESTRATEGIAS DE REPRODUCCION DE LOS PRODUCTORES FAMILIARES**

---

Es alta la proporción de ingresos extra prediales en relación a los ingresos prediales entre los campesinos de la Puna, como también son altamente significativos entre los productores familiares del NOA en general (Quiroga

Mendiola y Ramisch, 2013; Quiroga Mendiola y otros, 2013). En estudios realizados a partir de 2008 encuestas a productores de la Puna en los departamentos de Cochinoqa, Rinconada, Santa Catalina, Susques y Yavi (Paz, et al 2011), se estimó que el ingreso de la familia rural puneña se compone de la siguiente manera: 35% del ingreso extra predial por venta de fuerza de trabajo, 25% proveniente de los programas sociales; 30% ingreso pecuario comprendido por la venta de carne, cuero, fibra y lana; 6% ingreso por venta de artesanías obtenidas a partir de la fibra y lana de sus propios animales y el 4% restante proviene de la venta de producción agrícola sobre la base de cultivos como la papa andina.

**GRÁFICO N°2**  
**Jujuy, Región Puna. Cochinoqa, Rinconada, Susques, Santa Catalina y Yavi:**  
**Participación relativa de cada actividad en el total del ingreso de la familia. 2008**

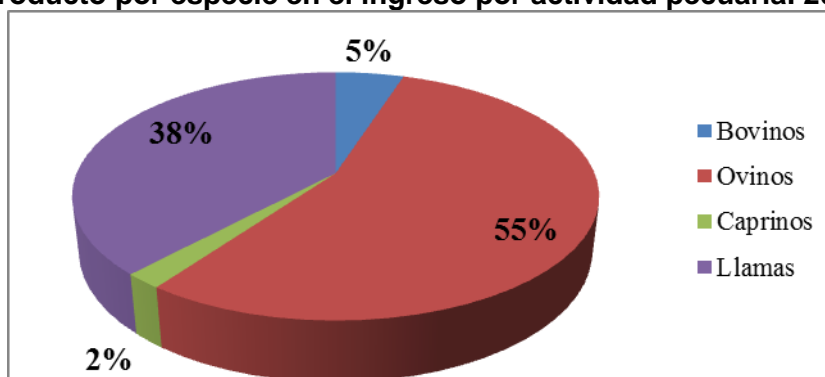


Fuente: Diversidad, Mercantilización y Potencial Productivo de la Puna Jujeña. Paz, et al, 2011.  
Elaboración propia.

Es notoria la incidencia de la venta de fuerza de trabajo y programas sociales en la composición del total de los ingresos extra prediales. Si se analiza la composición de los ingresos prediales, la ganadería se constituye en la actividad productiva que mayores beneficios genera. Dentro de la actividad pecuaria, es clara la preponderancia de los ingresos generados a partir de productos y subproductos ovinos y camélidos (llamas).

### GRÁFICO N°3

Jujuy, Región Puna. Cochinoca, Rinconada, Susques, Santa Catalina y Yavi:  
Participación relativa de los ingresos generados por ventas de productos y sub  
producto por especie en el ingreso por actividad pecuaria. 2008

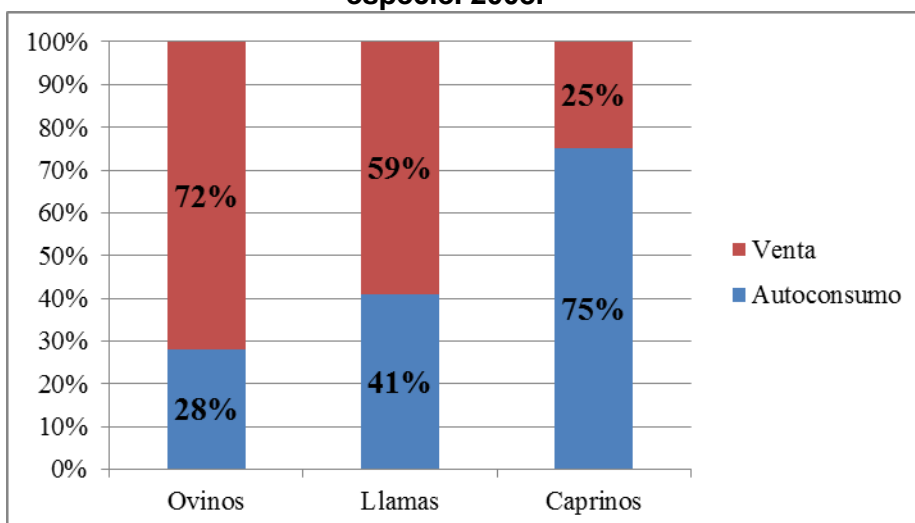


Fuente: Diversidad, Mercantilización y Potencial Productivo de la Puna Jujeña. Paz, et al, 2011.  
Elaboración propia.

Si bien se observa que la participación en la generación de ingresos pecuarios de caprinos es significativamente menor, su relevancia se pone de manifiesto en la importancia que muestra esta especie en la provisión de carne para autoconsumo.

### GRÁFICO N°4

Jujuy, Región Puna. Cochinoca, Rinconada, Susques, Santa Catalina y Yavi:  
Porcentaje total de autoconsumo y venta de los distintos productos pecuarios por especie. 2008.



Fuente: Diversidad, Mercantilización y Potencial Productivo de la Puna Jujeña. Paz, et al, 2011.  
Elaboración propia.

Si se analiza la contribución en el ingreso de la actividad pecuaria considerando los distintos productos por especie, se observa que tanto en el caso de ovinos, caprinos como camélidos, la comercialización de la carne es la que mayor importancia reviste en la renta total: La carne ovina aporta al ingreso el 83,6%, mientras que el cuero 5,9% y la lana 10,5%.

En el caso de los camélidos, la carne aporta el 88,3% de los ingresos por ventas pecuarias, el cuero 4,4% y la fibra 7,3%. La carne caprina aporta el 94% del ingreso y el cuero el 6%.

En la dinámica que marca la tendencia de autoconsumo y venta de las familias incide entre otros factores, la potencialidad de cada especie para su sustitución en el uso cotidiano (alimentación, vestimenta, etc.) y las posibilidades de comercialización de sus productos y subproductos. Es así que las mayores oportunidades de venta de la carne de llama como un producto gourmet, incide en el mayor porcentaje destinado a la venta, en comparación con la carne caprina la cual se destina principalmente al consumo familiar. Por su parte, la comercialización del ovino es históricamente conocida lo que lleva a que los porcentajes de autoconsumo sean mucho menores que en las otras especies. Es clara la estrategia de la familia en cuanto a la producción para distintos objetivos finales.

Se estima que en el año 2005, en la provincia de Jujuy, el consumo de carne de llama alcanzó a los 6.500 kg, muy superiores a los 980 kg correspondientes a 1995 (Campero, 2005). Es un alimento proteico básico en una dieta y para el consumidor de centros urbanos y turísticos, constituyendo una alternativa novedosa asociada a altos precios en los restaurantes (Lacanna, 2006). La carne de llama presenta interesante valor nutricional. Su valor proteico es similar al de otras especies, como la vacuna y la ovina, pero el contenido de grasas es inferior, lo que significa un menor tenor en colesterol que el de otras carnes. El sistema de pastoreo marginal genera una carne magra, con un 20,3% de proteínas totales, contra 19% de la bovina y 16,5% del porcino magro. Respecto al colesterol, la nalga de llama contiene 29,3 mg por cada 100 gr, mientras que la nalga bovina oscila los 90 mg, la ovina y porcina los 70 mg y el muslo de ave contiene 74 mg

por cada 100 gr. (Plan de Competitividad de Conglomerado Camélidos de Jujuy, 2010).

### Sujetos y estrategias vinculadas a la circulación de carne de la Puna

La AF representa el principal sujeto social<sup>8</sup> que tracciona la producción y circulación de la carne de la Puna, en el marco de diferentes procesos organizativos y políticos que inciden en el desarrollo de la actividad. Las decisiones y prácticas en torno a la organización de la producción y la comercialización se encuentran ligadas con aspectos culturales y principalmente a sus estrategias de reproducción familiar. Éstas se configuran en un proceso dinámico vinculado a las condiciones concretas que históricamente enfrenta el sector. Una de esas estrategias se vincula al manejo multirodeo del ganado, que posibilita cierta flexibilidad en las decisiones vinculadas al destino de las distintas especies. Ya se trate de autoconsumo, trueque, venta, etc. En este punto cabe destacar que, aunque tradicionalmente la carne que se vende es la ovina, a partir de los años noventa comienza a crecer de manera sostenida la posibilidad de vender carne de llama, tanto en la región como fuera de ella. Por su parte, la carne caprina tiene como principal destino el autoconsumo familiar. En términos generales es importante recordar la relevancia que tiene la comercialización de la carne en el ingreso predial de las familias, como se expuso anteriormente.

Los *productores familiares* son los principales proveedores de carne a los distintos sujetos que la comercializan. Parte de los productores también venden en forma directa y/o integran organizaciones dedicadas a la venta de carne.

Particularmente en relación a la comercialización, se identifican dos sujetos sociales principales, que se distinguen según su composición y estrategia de circulación y venta de la carne: *las organizaciones sociales formales y los emprendimientos familiares o unipersonales privados*. Ambos tipos se constituyen de *productores familiares* y se proveen de la compra al mismo sector, pero se

---

<sup>8</sup> Sujeto social, como ser cultural que incide de alguna manera en sus propias condiciones existenciales (Díaz, 1997). En todas sus dimensiones es más de lo que ya tiene atribuido – recursos, ubicación en una estructura, roles, funciones, etc.-, porque tiene el potencial de transformar, potencial de acción individual y colectiva (Zemelman, 2011).

diferencian entre sí por el vínculo que mantienen con sus proveedores, su estructura organizativa, el grado de formalidad/ informalidad legal de sus prácticas y la estrategia comercial desarrollada. La participación del *Estado* también difiere según cada caso, con una intervención importante en algunos hasta casi nula en otros. Sin embargo, todos los sujetos identificados recrean una estrategia de comercialización adecuada a su situación particular, desde la forma de obtener el producto hasta la venta.

### Organizaciones sociales formales

Las formas organizacionales relacionadas a la comercialización de la carne de la Puna nacieron en la década del '90 ante la necesidad de mejorar la producción y los circuitos comerciales de la principal producción de la zona (ganadería), en un contexto de fuertes presiones ante la competencia desigual, el desempleo y la escasa presencia del estado. En algunos casos la necesidad de organización fue producto de intereses personales o familiares y en otros, comunales. Independientemente de la motivación original, la estrategia organizativa fue permitiendo posicionar los productos en la economía local. Esa misma estrategia permite la provisión de la carne que comercializan, responsabilizando principalmente a los socios a mantener el abastecimiento de forma más o menos regular. A la par, desde esa estructura colectiva, se brinda distintos beneficios a los socios (créditos, ingresos estables, servicios, etc.), de manera que la red de vínculos interna se retroalimenta y se consolida con el tiempo. Por otro lado, las organizaciones establecieron sólidos lazos de confianza y fidelidad con los respectivos clientes y consumidores (ya sean locales, como extra locales). A esto se suma que cada organización abastece una demanda particular y presenta puntos de ventas diferentes, logrando hasta la actualidad cierta complementariedad entre organizaciones del mismo tipo. Para ello cuentan con diferentes puntos de venta y una red de contactos con distintos comercios.

De manera general, las organizaciones vienen implementando numerosas estrategias productivas y comerciales para mantenerse en la actividad. Entre ellas se destacan: diversificación de productos y mercados; implementación de

sistemas que generan mayores volúmenes de producción, buena calidad del producto y buen precio de venta; tramitación de proyectos para potenciar las producciones; gestión de apoyo técnico continuo, entre otras.

Ahora bien, estas organizaciones manifiestan en general cierta competencia con otros canales comercializadores, los cuales, en función de su imposibilidad de ingresar a la formalidad legal, tienen bajos costos productivos y de logística, y mejores ingresos. Como contraparte, las organizaciones lograron ciertas condiciones en infraestructura y equipamiento que -en comparación con otro tipo de emprendimientos de la zona-, favorecen y facilitan la comercialización. Así mismo, vienen generando vínculos con instituciones estatales (nacionales y provinciales) que brindan asistencia técnica en temas específicos.

Con el devenir de los años y a partir del trabajo comprometido, estas organizaciones lograron fortalecerse y adquirir potencialidades particulares, entre las que se pueden destacar la experiencia en el rubro y una trayectoria reconocida; la creciente aceptación de sus acciones por parte de los productores asociados y consumidores; y la expansión de su influencia sobre una amplia zona, representado al sector, promoviendo los productos de la región y el consumo local. Se observó que en general, las dificultades y necesidades priorizadas por las diferentes organizaciones no tienen que ver directamente con el ingreso a un sistema formal, sino más bien, con que la formalidad brinde posibilidades de acceder a nuevos clientes. Las organizaciones formales representan una alternativa significativa para los productores de la zona para la comercialización de la carne -y otros productos cárnicos- de la Puna.

#### *Emprendimientos familiares o unipersonales privados*

Los emprendimientos familiares y unipersonales relacionados a la comercialización de la carne puneña, tienen larga historia en el territorio y se mantienen hasta la actualidad, representando una significativa fuente de ingresos para las familias involucradas. En términos generales, si bien tienen grandes dificultades para ingresar a la formalidad del sistema comercial de carne, estos emprendimientos traccionan fuertemente la producción de las comunidades de la

Puna. En esta modalidad se agrupa la actividad de las numerosas carniceras intermediarias<sup>9</sup> vendedoras de carne de llama y oveja, así como emprendimientos familiares que participan de todas las etapas –desde la producción hasta la venta-. Por lo general, los sujetos que conforman estos emprendimientos –en su mayoría mujeres- despliegan regularmente una serie de acciones para comercializar la mercadería y ponen de manifiesto por un lado, la importancia de la actividad en los ingresos totales de sus familias, y por otro, la significativa y constante demanda de productos de carne de la Puna en la zona y en los principales centros urbanos de la provincia, a los cuales estas carniceras abastecen.

Se identificó para estos casos, que el entramado de relaciones de parentesco, resulta fundamental para su sostenimiento, dado que se generan una serie de “compromisos” familiares que contribuyen con los emprendimientos en las distintas instancias del circuito. Desde el momento de la provisión de la carne, pasando por el traslado del producto desde el campo a la ciudad, hasta el momento de la atención del puesto en la feria, entre otras instancias. Por supuesto que en la trama sostén de estos emprendimientos además, participan otras múltiples relaciones de reciprocidad, sujetos extra-familiares, como por ejemplo, productores vecinos que satisfacen la demanda de carne, en caso de necesitarlo. En ese sentido, la estrategia de apelar a los lazos de parentesco, resulta fundamental, pero no es una modalidad exclusiva para lograr la provisión y comercialización de la carne en este tipo de emprendimientos. Por otro lado, además cuentan con una red de clientes fieles, también muchos de ellos parientes, que sostienen la actividad y representan una demanda particular e históricamente abastecida por estos emprendimientos. En este punto cabe destacar que el consumo de este tipo de carne en la ciudad, persiste en gran parte en función de la cantidad de residentes puneños en los principales centros urbanos de la provincia.

En términos generales este tipo de emprendimientos presentan grandes dificultades para ingresar a la formalidad legal, aunque perciben la necesidad de

---

<sup>9</sup> Denominamos “carniceras intermediarias” a las personas –en su gran mayoría mujeres- que hacen el seguimiento del producto desde el momento de la faena hasta la venta.



mejorar las condiciones generales de faena, transporte y de los puestos de venta. Mayormente las condiciones de infraestructura y equipamiento para la comercialización de productos, resultan prácticamente nulas o deficientes. Sin embargo, la falta de infraestructura predial, de comunicaciones o la informalidad, no impidió a estos sujetos la logística ni la comercialización de la carne en la Puna. Tampoco la falta de asistencia técnica. Estos emprendimientos, clave en el sostén económico familiar y en la actividad productiva de numerosas comunidades de la Puna, presentan el potencial de contar con muchos años de experiencia en la venta de carne y mínimos costos de mantenimiento. Muestran también resueltos los circuitos de provisión de carne y tienen clientela fija, logrando regularidad en la cantidad de venta durante todo el año.

#### *Entramado de circulación de la carne de la Puna*

Los sujetos antes descriptos, comparten el mismo espacio y el mismo objeto de trabajo: la carne de cordero y llama, compartiendo lógicas y estrategias que conviven, se superponen, compiten, se retroalimentan.

La circulación de la carne de la Puna se fue organizando alrededor de una demanda y un consumo histórico y tradicional. El entramado de producción y circulación se apoya principalmente sobre la demanda local, ya que los principales consumidores son los puneños, el resto de los jujeños en el segundo lugar, y finalmente los turistas a través del consumo de platos regionales.

Con la finalidad de lograr la venta se observan dos estrategias diferenciales, la primera que se afianza sobre lazos vecinales, de parentesco y reciprocidad comunitaria, dentro de un circuito que hoy llamaríamos “informal”, pero que es el habitual. Este circuito se mantiene dentro de niveles bajos de costos, pero no puede garantizar buenos niveles de inocuidad y calidad, ni mejores precios. Sin embargo, como se encuentra apoyado en prácticas comunitarias y familiares de larga data, no presenta mayores riesgos y muestra una alta resiliencia. Además, estas carniceras median y traccionan la circulación de considerables volúmenes de carne, generando un circuito económico relevante para la Puna y Jujuy en general.

La segunda estrategia se fue construyendo a partir de la paulatina formalización de la comercialización de carnes de la Puna, mediante la consolidación de organizaciones que han ido asumiendo el rol de coordinar la llegada de la carne desde sitios lejanos y dispersos, a nodos que agregan valor y distribuyen a puntos de venta propios o de terceros, así como también a las ferias tradicionales o nuevas. Esto ha implicado el armado de un andamiaje organizativo, de infraestructura y burocrático que mejora las condiciones comerciales, impone un vínculo diferente con el Estado, y requiere transformaciones productivas, organizativas y culturales a los productores de la zona.

La construcción de estas modalidades con diversos niveles organizativos para la comercialización de la carne de la Puna se ha ido configurando sobre prácticas locales relacionadas con las formas comunitarias para la toma de decisiones, y con vínculos intra e interfamiliares como las relaciones de parentesco, compadrazgos, “amigos de cambio”, “intercambio de favores”, a través de los cuales los productores de la Puna han afianzado históricamente sus mecanismos de intercambio de bienes.

En esta trama también intervienen las instituciones públicas nacionales, provinciales y municipales. Cabe destacar que a cada uno de estos niveles nombrados, se corresponden distintos grados y características de intervención.

De manera general, los productores familiares perciben la intervención estatal principalmente desde planes sociales y financiamientos destinados a la promoción de actividades productivas. Las organizaciones se incluyen en proyectos de inversiones productivas y comerciales, y para asesoramiento técnico, como se señaló anteriormente. Por su lado, los emprendimientos familiares y unipersonales no perciben en general el apoyo técnico y financiero de las instituciones.

Sin embargo, desde el punto de vista de la legislación, el Estado está presente para todos los sujetos del territorio. Si bien la estructura del sistema normativo argentino busca evitar que las normas -tanto por niveles como por competencias-, se solapen y/o se contradigan, en la práctica cotidiana de los sujetos mencionados muchas veces éstas se constituyen en obstáculos. Por ejemplo, a través de dobles controles, vacíos legales, etc. Muchas de las normas que se aplican a la

producción y comercialización de carne, fueron sancionadas en otro contexto socio-económico y político, dirigidas a normatizar la actividad de productores y comercializadores con lógicas capitalistas, vinculadas principalmente al ganado bovino.

Los diferentes sujetos sociales descriptos comparten un mismo territorio y se mueven en esferas diferentes, aunque relacionadas entre sí. En la actualidad no se perciben competencias importantes, sin embargo existe cierta luz de alarma acerca de cómo devendrá el entramado de la carne a medida que se afiancen las organizaciones de comercialización.

## ***CONSIDERACIONES FINALES***

---

En la región de la Puna jujeña históricamente la actividad económica principal de la población rural estuvo ligada a la ganadería, siendo esta la población mayoritaria. El desarrollo de la actividad tuvo que ver con la posibilidad de su adaptación a las características ecológicas que limitan el potencial y la diversificación productiva. En este contexto la población rural desarrolló un modelo pastoril multirodeo asentado principalmente en ovinos, camélidos (llamas) y caprinos, con fuerte movilidad espacial en procura de forrajes y agua de bebida.

La actividad ganadera históricamente desarrollada por los productores familiares de la región tuvo y tiene gran relevancia desde el punto de vista socio-económico. En torno a esta actividad y las condiciones para su desarrollo se configuran complejas tramas dinámicas integradas por sujetos sociales, individuales y colectivos, públicos y privados, con lógicas comunes y particulares. La producción y comercialización de carne cobra primordial importancia en las estrategias de los sujetos que participan. Además, resulta relevante para la producción y provisión de alimentos y artesanías, el desarrollo de la economía regional, la generación de empleo, la visibilidad del sector y sus productos, el ejercicio de prácticas organizativas y políticas, el fortalecimiento de la identidad, entre otros.

Aun cuando el rol de la AF a nivel local es indispensable, enfrentan grandes carencias de infraestructura productiva y comercial y desarrollan la actividad -en todo o en parte- con dificultades para alcanzar los estándares que la formalidad legal requiere. En este último punto es importante mencionar que las principales normas que se aplican actualmente a la actividad ganadera, no se adecuan a la realidad particular de la AF de modo que obstaculizan su desarrollo y crecimiento, a la vez que traccionan la realización de la misma fuera de un marco de legalidad. El trabajo aquí presentado integra un conjunto de estudios que ponen de manifiesto la importancia económica y social de la comercialización de carnes de la Puna, e interpelan a los organismos del Estado, así como a las organizaciones de la AF, en relación con el posicionamiento de los ganaderos de la Puna como los principales productores de carnes de altura. Se ha buscado generar y poner a disposición información que permita desarrollar lineamientos de políticas públicas con visión integral de la realidad de la región, sus habitantes, sus condiciones ambientales. Además que éstas consideren los impactos en generaciones futuras, propicien el mejoramiento de la calidad de vida de los productores familiares y los habitantes, contemplen la cultura y las particularidades de los sujetos, potencien sus vinculaciones y el trabajo conjunto, fomenten la asimetría de poder y fortalezcan a la AF en su rol de proveedor de alimentos sanos para la población en general.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ALCOBA, Laura; CHAVEZ, Maria Florencia (2014), "Caracterización Socio productiva de la Agricultura Familiar en el NOA – Provincia de Jujuy". IPAF NOA – INTA. Jujuy. Versión Preliminar

CAMPERO, M., 2005, "Aspectos Comerciales y experiencia de la comercialización de la carne de llama en la provincia de Jujuy", Seminario Internacional de Camélidos Domésticos, La llama como alternativa de desarrollo, Gobierno de Jujuy - Consejo Federal de Inversiones (CFI), Jujuy, Argentina.

CARACCILO, Mercedes (2013), "Los mercados y la construcción de tramas de valor en la Economía Social y Solidaria (rural y urbana)"- Programa de Economía Solidaria. Documento de la Cátedra de Economía Social y Solidaria. Enfoques Contemporáneos. IDAES. UNSAM. Bs As. Versión Preliminar

CONTRERAS, C. "La Historia del tributo indígena" - Fecha de consulta: 20/8/2014

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/historica/article/viewFile/1299/1253->

CRAVIOTTI, C. Y GERARDI, A. (2002) "Implicancias del empleo rural no agropecuario en los hogares rurales de Mendoza, Río Negro y Santa Fe". Ministerio de Economía, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, Dirección de Desarrollo Agropecuario. PROINDER. Serie estudios e investigaciones N° 3, Buenos Aires.

DIPEC. Dirección Provincial de Estadísticas y Censos. Datos provisorios del CNA 2008

GIARRACA, N.; APARICIO, S.; GRAS, C. (2001) "Multiocupación y pluriactividad en el agro argentino: el caso de los cañeros tucumanos". Desarrollo Económico – Revista de Ciencias Sociales.

IDES, vol. 41, N° 162, julio-setiembre 2001, Buenos Aires, pp. 305-320.

GOLDBERG, Celeste; MARTINEZ, Liliana (2010) Capítulo "Una experiencia de organización económica de pequeños productores" 209 – 221 pág. – INTA – Buenos Aires

INDEC. Censo Nacional Agropecuario 1988.

INDEC. Censo Nacional Agropecuario 2002.

LACANNA, M., 2006, "Estudio de mercado de la carne de llama en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires", Cátedra de Producciones Animales Alternativas, Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.

Ley provincial N° 4520 de creación de la Corporación para el Desarrollo de la Cuenca de Pozuelo.

MUCHNIK, José (1995), "Recursos técnicos locales: concepto y metodología", en Agroindustria rural, recursos técnicos y alimentación, IICA, Costa Rica. Oyarzún, M.

OBSCHATKO, FOTI Y ROMÁN (200..) "Los pequeños productores en la república argentina. Importancia en la producción agropecuaria y en el empleo en base al Censo Nacional Agropecuario 2002" - PROINDER/SAGPYA – IICA Argentina. Buenos Aires

OTEROS-ROZAS, Elisa y GONZÁLEZ, José A. (2012) "La trashumancia: una forma centenaria de ajustar los ciclos de producción a los ritmos de la naturaleza" <http://www.lagarbancitaecologica.org/garbancita/index.php/energia-transporte-y-territorio/1054-la-trashumancia-una-forma-centenaria-de-ajustar-los-ciclos-de-produccion-a-los-ritmos-de-la-naturaleza> (Última consulta: 05/2013)

PAZ, R. y otros. 2011. "Diversidad, Mercantilización y Potencial Productivo de la Puna Jujefia"(Argentina). Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Estación Experimental INTA Abra Pampa.

Plan de competitividad del Conglomerado Camélidos de Jujuy, 2010. Programa de Competitividad del Norte Grande. Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la nación.

QUIROGA, M.; RAMISCH, G (2010) "¿Pastores o asalariados? Tierra y Trabajo en las Altas Montañas del Noroeste de Argentina" IPAF NOA INTA- UNSA-Ponencia presentada al VIII Congreso Latinoamericano de Sociología Rural, Porto de Galinhas, Brasil.

RAMISCH, G.; GHIONE, P.; QUIROGA MENDIOLA, M; BILBAO, L. y CHAVEZ, F. (2009) "Un acercamiento al papel de las políticas sociales en la persistencia de pequeños productores pobres, el caso de Ancasti, Catamarca" IX Congreso Nacional de Estudios del Trabajo. Asociación Especialistas Estudios del Trabajo. Fac. Cs. Económicas UBA Agosto 2009, Buenos Aires.

ZANOLLI, Carlos E. (2005), "Tierra, encomienda e identidad: Omaguaca 1540-1638" – 1ª ed. – Buenos Aires – Sociedad Argentina de Antropología.

ZEMELMAN, H. (2011) "Conocimiento y sujetos sociales. Contribución al estudio del presente." La Paz: Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia.