

Comercialización de caprinos en el noroeste de la provincia de Córdoba, Argentina

Saal, G., M. Barrientos y G. Ferrer

RESUMEN

Sin ser explotada en su máximo potencial, debido a limitaciones técnicas y económicas, la producción caprina cumple un papel importante dentro de los sistemas productivos caracterizados como minifundios del noroeste de la provincia de Córdoba, Argentina. Dado el planteo tradicional de que el sistema de comercialización es el factor responsable del atraso de los productores de caprinos, este trabajo se propuso estudiar las distintas etapas y agentes intervinientes en el proceso de comercialización a fin de establecer en qué condiciones se da la relación entre los productores y los demás agentes involucrados en el mismo. Se analizó la producción caprina a nivel local y se focalizó el relevamiento de datos productivos en la región noroeste de la provincia, en base a entrevistas focalizadas a productores, comerciantes y funcionarios públicos.

Se establecieron los distintos canales de comercialización del cabrito, desde las unidades de producción hasta las bocas de expendio minorista identificándose dos canales de comercialización de la carne de cabrito con algunas variantes, que le permiten al productor diversificar su estrategia de comercialización.

Palabras clave: Canales de comercialización, caprinos, campesino, provincia de Córdoba, economía regional.

Saal, G., M. Barrientos y G. Ferrer, 1998. Goat trading in north-western Córdoba (Argentina). Agriscientia XV : 33-40.

SUMMARY

Even when not exploited to its limits, due to technical and economic constraints, goat raising plays an important role within peasant systems in NW Córdoba, Argentina. Usually, the commercialisation process is blamed to be the responsible for the backwardness faced nowadays by goat-raising peasants. This paper focuses on the study of the different stages and social agents involved in the commercialisation process. It aims to determine the nature of the relationship between peasants and the others social agents involved in the process.

The goat-production system is analysed at a local level, focusing on the survey of productive data of the region under study. Focused interviews were addressed to peasants, local traders, and civil servants.

The different commercialisation channels for kids were described from the farming system to the retail shop. Two main commercialisation channels were identified (with some variations), that allow peasants to diversify their trading strategy.

Key words: Commercialisation channels, goats, peasants, Córdoba, regional economy.

Saal, G., M. Barrientos y G. Ferrer, Extensión Rural, Facultad de Ciencias Agropecuarias, Universidad Nacional de Córdoba. C.C. 509, 5000 Córdoba, Argentina. E-mail: gsaal@agro.uncor.edu

INTRODUCCIÓN

La producción caprina en la provincia de Córdoba ha estado asociada históricamente con productores de las regiones norte y oeste que poseen una escasa dotación de recursos productivos. Esta zona ha sido denominada en un trabajo conjunto de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Recursos Renovables de la provincia de Córdoba (SAGyRR) y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) como "de ganadería extensiva del norte y oeste" (SAGyRR e INTA, 1987). Si bien esta producción es caracterizada por diferentes autores (Maubecin, 1991; Ucke y Salinas, 1994) como de gran potencial para el desarrollo regional de economías rezagadas, es al mismo tiempo considerada, tecnológicamente, como atrasada y tradicional.

La principal causa de la pobreza y atraso en que se encuentran estos productores es generalmente asignada a la relación expoliativa que con ellos mantienen los intermediarios. Se afirma que esta situación se debe a que "se cambian cabritos subvaluados por productos sobrefacturados" (CFI 1992). Este diagnóstico, es cuestionado entendiéndose que esta situación no se verifica en el noroeste de la provincia de Córdoba.

El sistema de comercialización de cabritos ha sido escasamente estudiado. Ucke y Salinas (1994) mencionan lo poco transparente que es este mercado y hacen una relación entre el volumen de cueros de cabritos procesados a nivel nacional en 1992 (3.000.000) con los sólo 200.000 cabritos faenados en los frigoríficos habilitados por el Servicio Nacional de Sanidad Animal (SENASA) en el mismo año. Esto despierta interrogantes sobre cuáles son los canales alternativos de comercialización, que en este trabajo se llaman informales, a donde se derivan los cabritos que no ingresan al sistema legalizado que denominamos "formal".

La hipótesis que orientó este estudio es que el actual sistema de comercialización no es responsa-

ble del atraso técnico-productivo de los capricultores minifundistas del noroeste de la provincia de Córdoba.

Para este trabajo se fijaron los siguientes objetivos:

- Identificar y caracterizar los canales y agentes del proceso de comercialización.
- Establecer la oferta de cabritos de la región en estudio.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se estudiaron los distintos segmentos del sistema de comercialización. Se analizaron, dentro de los sistemas de producción aspectos significativos de la producción caprina, se identificaron y caracterizaron los distintos canales de comercialización, y se determinaron los lugares y precios de venta al público.

Se realizó el seguimiento de 63 unidades de producción de los departamentos Ischilín, Tulumba y Río Seco, principales productores de caprinos, durante los años 1995 y 1996, por medio de la técnica de observación y la implementación de tres entrevistas anuales. El 76,2% de las majadas estudiadas correspondieron al departamento Ischilín, en el que las unidades de producción analizadas representan el 23% del total de las existentes. Del resto, el 12,7% de las unidades de producción pertenecen al Dpto. Tulumba y el 11,1% al Dpto. Río Seco. Los sistemas analizados en estos últimos dos departamentos sirvieron para establecer similitudes y diferencias con los del Dpto. Ischilín, cuya muestra fue seleccionada en forma aleatoria a partir del universo de unidades de producción existentes.

Para estimar la oferta de cabritos se relacionó la cantidad de cabras existentes en base al Censo Nacional Agropecuario del año 1988 (INDEC, 1988) para la zona norte y oeste con los datos de productividad obtenidos en este estudio.

Para describir el sistema de comercialización a nivel provincial se realizó una búsqueda documental en la que se recabaron datos estadísticos y bibliográficos en relación a los canales de comercialización y se implementaron entrevistas a productores, responsables de frigoríficos y a funcionarios de la SAGyRR y de SENASA.

Se realizaron entrevistas focalizadas a comerciantes minoristas para determinar el comportamiento de la demanda e indagar los precios en distintas bocas de expendio de la ciudad de Córdoba.

La información de tipo numérica fue analizada mediante estadística descriptiva simple.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para la zona de ganadería extensiva del norte y oeste de la provincia de Córdoba la existencia de caprinos es de 125.616 cabezas (INDEC, 1988), de las cuales se estima que 120.293 son vientres, en función de la relación macho hembra determinada. Estos vientres producirían una cantidad aproximada a los 172.000 cabritos por año, los cuales, descontando las reposiciones, constituirían una oferta de 130.000 cabritos/año.

El análisis de la información obtenida indica que la producción de cabritos se orienta al mercado, ya que sólo alrededor de un 10% se destina al consumo familiar. Los distintos destinos de la producción se muestran en la tabla 1.

De los análisis a nivel de casos, se puede inferir que los productores tratan de colocar en forma directa al consumidor la mayor cantidad de cabritos posible.

Las familias ubicadas cerca de centros poblados o rutas importantes, priorizan la venta directa. Luego, tratan de vender a través de las redes familiares y en última instancia se vende el remanente a los intermediarios, medio que utilizan con mayor intensidad las familias más aisladas geográficamente, o aquellas que carecen de una red familiar apropiada.

Tabla 1. Destino de la producción de cabritos, en porcentaje, para los años 1995 y 1996.

	Reposición (%)	Consumo (%)	Venta Intermed. (%)	Venta directa (%)
Año 95	14,6	9,7	29,6	46,1
Año 96	13,5	11	26,5	49

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Precios promedio, por unidad, en la comercialización de cabritos Años 1995-1996.

	Precio de venta directa (Pesos)	Precio de venta a intermediarios (Pesos)	Precio deseado (Pesos)
Año 95	17,7	14,7	20,8
Año 96	22,4	16,4	25,7

Fuente: Elaboración propia

Esta priorización puede explicarse por la asociación directa que existe con la variable precio, ya que los intermediarios pagan entre un 73 y un 83% del precio de venta directa. No obstante el precio al que los productores aspiran vender su producto (precio deseado) llega a ser de hasta un 40% más que el obtenido en la práctica. La tabla 2 muestra los precios promedio de venta, en pesos, obtenidos durante los años 1995 y 1996.

El sistema de comercialización y sus canales

En términos generales, los sistemas de producción caprina de la región estudiada generan diferentes productos que pueden ingresar en distintas cadenas de comercialización. El principal producto comercializado y al cual se orienta la producción, es el cabrito marmón que es vendido a una edad promedio de 50 ± 20 días y con un peso vivo de 9 ± 1 kilogramos.

Como subproductos de esta actividad se pueden contar:

- La venta ocasional de cabrillonas (animales de menos de un año de edad) reservadas en un principio como vientres de reposición y que ante necesidades económicas son vendidas.
- Cueros de animales de descarte consumidos en la unidad de producción o de cabritos faenados a campo y vendidos a través del canal informal de comercialización.
- Guano: este subproducto, empleado como fertilizante por los productores fruti-hortícolas de la zona de Cuyo, actualmente no tiene demanda posiblemente debido al desarrollo y mayor accesibilidad de los fertilizantes industriales.
- Reproductores. Si bien existe un mercado en desarrollo, conformado por nuevos capricultores que demandan animales de origen criollo para iniciar un plantel lechero, mediante cruzamiento por absorción con razas de esa aptitud, la posibilidad de colocar animales en el mismo es puntual y aislada.

- Leche. Constituye un mercado en expansión, en principio relacionada a las zonas de producción de queso.

Por la significancia del producto principal, nos centraremos en la comercialización de carne de cabrito que es el que genera mayor ingreso. Para la misma, pudo determinarse la existencia de dos canales de comercialización principales, a saber: el canal formal y el canal informal.

Canal formal de comercialización de carne de cabrito

Tiene su eje en los frigoríficos legalizados cuya habilitación puede ser de alcance nacional o provincial. Los primeros, por su magnitud, son los de mayor peso en el mercado por el volumen comercializado y han experimentado una disminución de más del 60% en los últimos 5 años, lo que plantea una perspectiva incierta para el sector. Ucke y Salinas (1994) mencionan para el año 1992 la existencia de 16 frigoríficos con habilitación nacional en todo el país. De éstos, quedan en la actualidad 6 establecimientos (sólo un 37%), cuya distribución es la siguiente: 4 en la provincia de Córdoba, 1 en la de San Luis y 1 en la de Santiago del Estero.

Los responsables de frigoríficos indican que la provincia de Córdoba aporta sólo un 15% de los cabritos procesados dentro del canal formal, lo cual correspondería, estimativamente, a 19.500 animales. Esto es debido, por una parte, a la importante disminución del número y tamaño de majadas (Salinas y Dellepiane, 1994; Giménez, 1996) y, por la otra, a la derivación al canal informal de la mayor parte de la producción. Su fuente de provisión principal se encuentra distribuida entre las provincias

de Mendoza (40%), Santiago del Estero (30%) y Catamarca y La Rioja (el 15% restante).

Los productores encuestados vendieron a intermediarios el 29,6% de su producción en el año 1995 y el 26,5% en el año 1996, a un precio promedio de \$ 15 el cabrito, en el año 1995 y de \$ 16 en 1996.

Maubecín (1991) muestra la evolución de la faena de cabritos faenados por los frigoríficos habilitados por SENASA a fines de la década del 60 y comienzo de los 70, lo cual se ilustra en la figura 1. Se puede observar una tendencia decreciente en la faena y comercialización de cabritos por estos establecimientos, que en un período de cinco años sufrió una disminución del 14%, tomando a 1968 como año base.

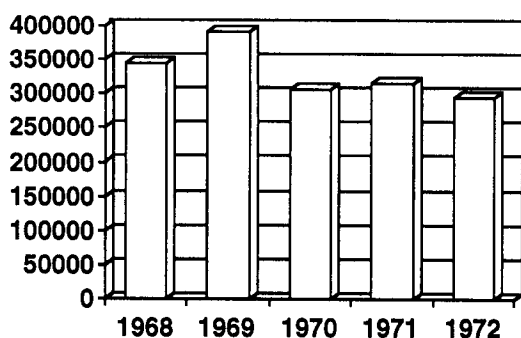
En un trabajo realizado por las Secretarías de Agricultura de las provincias de La Rioja, Catamarca, Santiago del Estero, San Juan y Córdoba (CFI, 1992) se citan valores de la misma fuente, para la misma variable de fines de los 80. La figura 2 ilustra esta tendencia, notándose que es semejante a la observada por Maubecín (1991), llegando en 1990 a faenarse sólo el 59% del volumen de 1968.

Comparando los registros actuales del SENASA (tabla 3), con los registros de faena de los frigoríficos habilitados en el año 1968, se observa una disminución del 71% del número de cabritos faenados.

Los datos expuestos permiten apreciar una disminución, a casi un tercio, del volumen procesado en menos de tres décadas, lo cual explica, en gran parte, la desaparición de más del 60% de los frigoríficos en los 7 últimos años.

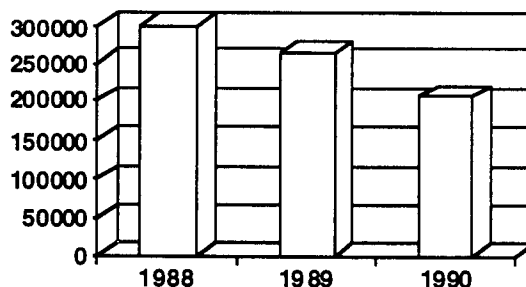
Este hecho muestra, por un lado, un proceso de concentración del acopio en manos de pocos frigoríficos y, por el otro, una situación de crisis en esta industria.

En la jurisdicción provincial, los frigoríficos habilitados a este nivel tienen poca significancia dentro



Fuente: Maubecín, 1991.

Figura 1. Número de cabritos faenados por frigoríficos habilitados a nivel nacional.



Fuente: C.F.I., 1992.

Figura 2. Número de cabritos faenados por frigoríficos habilitados a nivel nacional.

Tabla 3. Número de cabritos faenados en frigoríficos habilitados.

Año	Total de reses
1995	104,327
1996	101,613

Fuente: SENASA (1997).

del mercado de carne caprina, ya que sólo pueden comercializar sus productos dentro de los límites provinciales. En el año 1995, tres establecimientos contaban con esa habilitación. Sólo dos la mantuvieron durante el 1996 a los que en 1997 se les sumó el frigorífico municipal de Villa Huidobro, en el sur de la provincia.

En cuanto al volumen faenado por estos establecimientos, en el año 1996, alcanzó sólo el 6,8% del total de cabritos faenados en establecimientos oficializados. La tabla 4 muestra el volumen total de faena de estos establecimientos durante los años 1995 y 1996.

Los frigoríficos habilitados son el eje de un sistema que parte de la compra del cabrito vivo en los corrales y que concluye con la venta de la canal eviscerada y enfiada a distribuidores mayoristas o bocas de expendio minoristas ubicadas principalmente en la Capital Federal, Córdoba y la costa atlántica en la temporada turística.

En términos generales el mecanismo de comercialización es el siguiente: el productor vende el animal vivo a un corredor, conocido como "cabritero" quien, en algunos casos, trabaja en forma independiente aunque la mayoría de las veces lo hace como empleado de un frigorífico. El cabritero, si bien realiza la compra pagando un monto fijo por animal, es capaz de determinar, con un alto grado de precisión, el peso real del mismo debido a su experiencia. En la región estudiada el pago se hace en efectivo, habiéndose abandonado la modalidad de pago con mercaderías, sistema que aún se emplea en las provincias de Santiago del Estero y de La Rioja (Ministerio de la Producción y Desarrollo de La Rioja, 1994). El cabrito vivo es trasladado al frigorífico, donde es faenado, enfiado y posteriormente distribuido en camiones con equipo de frío. Cabe citar que los cabritos vendidos por este medio, corresponden, principalmente, a los producidos en la parición de invierno.

Es de destacar que el consumo familiar de cabrito cobra escasa importancia en las estrategias de

producción para autoconsumo. Los productores encuestados destinaron a este fin sólo el 9,7% en 1995 y el 11% en 1996. Esto marcaría una diferencia importante con otras zonas productoras como las de la provincia de Santiago del Estero en la que, según Ucke y Salinas (1994), la mayor parte del producto se destina al autoconsumo familiar y sólo el excedente es vendido a través de largas cadenas de comercialización.

Ucke y Salinas (1994) mencionan que en Santiago del Estero los compradores se ponen de acuerdo en el precio que van a pagar por zona. En el área de estudio esta situación no se observa debido a la cada vez menor producción y a la fuerte necesidad que tienen los frigoríficos de abastecimiento para cubrir sus costos fijos y mantener el sistema en funcionamiento.

El precio pagado por los frigoríficos que, según declaran, cumplen con todas sus obligaciones legales e impositivas, depende de diferentes variables entre las cuales se pueden citar:

- La distancia: a mayor distancia de abastecimiento menor es el precio a pagar. Como ejemplo, cabe citar un frigorífico de Deán Funes que paga \$12 en Mendoza en Noviembre/Diciembre y en la misma temporada paga hasta \$18 en el noroeste de Córdoba.
- La zona: se paga un precio fijo por área de cosecha y por animal. En cada gran zona geográfica, el precio pagado por animal es el mismo cualquiera sea su tamaño.
- La presencia de competidores: al aparecer competidores (formales, principalmente) aumenta el precio de compra con el fin de preservar la zona de zafra.
- La época: sobre ésta actúan dos factores, el primero es el peso de venta. En invierno, por tratarse de la parición más numerosa (el 64 % de los cabritos nacidos en las unidades en estudio) hay mucha competencia por la leche materna que

Tabla 4. Faena anual de cabritos en establecimientos provinciales.

Año	Número de establecimientos	Nº de reses
1995	3	7754
1996	2	7487

Fuente: Dirección de Producción Pecuaria. SAGyRR. Pcia. de Cba. 1997.

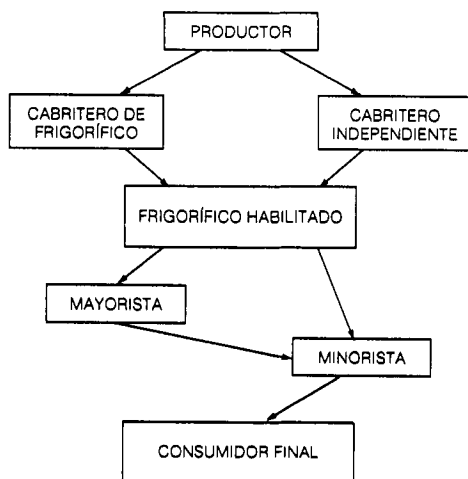
está limitada por las carencias forrajeras estacionales, por lo que los animales son más pequeños. El segundo factor es la mayor demanda de cabrito en vísperas de las fiestas de fin de año. En base a la información provista por los frigoríficos, se pudo establecer que en Santiago del Estero se paga por cabrito un promedio de \$ 12 en invierno (del cual se obtienen, aproximadamente, 4,3 Kg. limpios), es decir se paga \$ 2,79 por kilogramo de cabrito limpio, y hasta \$ 20 en la parición de verano (por animales que rinden unos 5,5 kg.) pagando así el kilo de cabrito un 30% más (\$ 3,6/kg.).

En la figura 3, se esquematiza el canal formal de comercialización de cabritos, identificándose los distintos agentes y sus formas de relación.

Considerando que el precio promedio al consumidor en la ciudad de Córdoba, es de \$6,50/kg y que por un animal que rinde 5,5 kg. se paga, según los productores \$15,00 y según los frigoríficos \$20,00, los productores obtienen entre un 42 y un 56% del precio final que ascendería a \$35,75.

Canal informal de comercialización de carne de cabrito

Con respecto a este canal se describen las principales modalidades de venta que excluyen el sistema legalizado ya descrito. Las principales diferencias se centran en que sobre éste no existen registros, no hay control sanitario y no se paga ningún tipo de tributo.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Esquema del canal formal de comercialización.

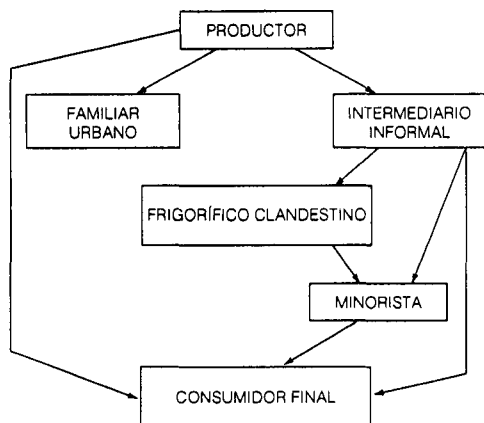
Tabla 5. Precios obtenidos en la venta directa de cabritos.

Año	Precio promedio (Pesos/cabrito)	Precio menor (Pesos/cabrito)	Precio mayor (Pesos/cabrito)
1995	17,7	15	20
1996	22,7	20	27

Fuente: Elaboración propia

Las formas más frecuentes de comercialización son:

- Venta directa:** es la modalidad priorizada por los productores. La venta se realiza, principalmente, a demandantes ocasionales (turistas, visitantes, pobladores de localidades vecinas, etc.). Muchas de las unidades de producción se encuentran en zonas serranas ubicadas en áreas marginales de tránsito turístico no permanente. Estos visitantes y también pobladores de localidades próximas demandan cabritos que son faenados y vendidos en las unidades de producción. Otra modalidad observada es la venta al consumidor en localidades cercanas a la unidad de producción a donde el productor lleva el cabrito faenado. Los precios obtenidos se muestran en la tabla 5, en la que se observa una tendencia creciente en el precio de venta directa.
- Venta a través de familiares:** dentro de las estrategias de reproducción campesina de los capricultores del área de estudio, se cuenta la migración de miembros de las familias a zonas urbanas en busca de fuentes de trabajo (Cáceres *et al.*, 1995). El proceso migratorio, que se vio acelerado durante la industrialización de mediados de siglo, provocando una migración masiva hacia las principales capitales, ha generado una red familiar que vincula a los pobladores rurales de esta zona, a través de las personas migrantes, con diferentes centros poblados como las ciudades de Córdoba, Buenos Aires y distintas localidades turísticas de la zona serrana (Silvetti, 1997). El citado vínculo les permite comercializar los cabritos directamente a los consumidores. Este canal se operacionaliza a través de vehículos particulares cuando la distancia es corta o mediante la utilización de "encomiendas" a través del transporte público de pasajeros cuando los destinos son lugares alejados como las ciudades de Córdoba o Buenos Aires. El precio obtenido es semejante al recibido por la modalidad de venta directa, aunque el familiar intermediario recibe, de diferentes for-



Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Esquema del canal informal de comercialización.

mas, una compensación que genera un costo de comercialización para el productor.

- *Venta a cabriteros independientes:* en este caso el intermediario es una persona que, por lo general, no es capricultora y no reside en la zona y abastece a frigoríficos clandestinos, carnicerías, restaurantes, etc. Éste llega con una propuesta semejante a la de los intermediarios formales, es decir compra al bulto, lleva el animal y lo vende vivo a frigoríficos clandestinos o lo sacrifica en lugares no declarados y vende la canal en restaurantes o comercios minoristas. El precio promedio pagado por los intermediarios, a quienes el productor recurre en última instancia para colocar los cabritos remanentes, fue de \$ 14,70 en el año 1995 y de \$ 16,40 en el año 1996.

Estas modalidades para el canal informal de comercialización se ilustran en la figura 4.

La eficiencia de este canal posee diferencias según la modalidad. La venta directa, por carecer de intermediarios, permite que el productor obtenga el 100% de lo pagado por el consumidor. En el otro ex-

temo, se encuentra el intermediario informal que paga precios similares a los intermediarios formales pero, al evitar los impuestos de la actividad, pueden participar en una mayor proporción del precio final

Las bocas de expendio y la demanda

En relación a dichos tópicos, este estudio se centró en la ciudad de Córdoba.

El cabrito mamón es considerado por el mercado provincial como un producto de alta calidad y de consumo ocasional, lo cual lo diferencia de otros productos sustitutos como la carne bovina o de pollo, de consumo habitual y de disponibilidad permanente en todos los puestos de venta.

Debido a su producción estacional sólo está disponible, durante todo el año, en pocos establecimientos especializados como los puestos de los dos principales mercados municipales (Norte y Sur) y en algunos hipermercados de la ciudad de Córdoba, lo que provoca dificultad para acceder al producto.

Es de destacar que en las carnicerías minoristas la oferta es ocasional y sectorizada. Esto está relacionado al ciclo de producción del cabrito y a las características de la demanda: estacional y estrechamente relacionada al poder adquisitivo de los distintos sectores sociales.

El precio al público en la ciudad de Córdoba se muestra en la tabla 6 donde se puede observar la diferencia existente entre los puestos de los mercados, los hipermercados y las carnicerías de zonas residenciales.

Su precio relativamente elevado en relación a otros tipos de carnes y la oferta poco accesible, ocasionan una baja propensión al consumo.

CONCLUSIONES

1. Se observa una crisis del sector frigorífico formal; en los últimos 5 años han dejado de operar más del 60% de los frigoríficos con habilitación nacional.
2. Dicha crisis puede explicarse por dos fenómenos; por un lado la permanente disminución de la producción caprina y por otro el desarrollo de canales informales alternativos.
3. Se reconocen dos canales de comercialización principales: el formal, en el que intervienen los frigoríficos habilitados y el informal con diferentes modalidades de venta, directamente por el productor en unidad de producción, a través de su red familiar en zonas urbanas y por intermediarios clandestinos. En ninguna de las vías informales se registra el volumen comercializado ni se aportan tributos.

Tabla 6. Precio de la carne de cabrito en la ciudad de Córdoba.

	Mercados	Hipermercados	Carnicerías
Precio promedio (\$/kg)	5,50	7,00	6,75

Fuente: Elaboración propia

4. Los intermediarios formales se proveen sólo de un 15% de los cabritos en la provincia de Córdoba; al resto lo obtienen de provincias vecinas.
5. La estrategia de comercialización de los productores es colocar la mayor parte de los cabritos en forma directa, luego en forma indirecta a través de la red familiar y por último vende a los intermediarios el remanente, sin distinguir entre los del canal formal de los del informal.
6. La relación de intercambio es relativamente equilibrada, ya que los productores perciben una proporción relativamente alta (mayor al 40%) del precio final del producto.
7. Las acciones de desarrollo de la producción caprina, para el área en estudio, deberán centrarse en el mejoramiento de las condiciones de la producción, orientadas al aumento de productividad antes que en proponer sistemas alternativos de comercialización.

BIBLIOGRAFÍA

- Cáceres, D., F. Silvetti, G. Soto, G. Ferrer y G. Saal, 1995. Heterogeneidad interna y vulnerabilidad diferencial en comunidades de pequeños productores del noroeste de Córdoba, Argentina. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de La Plata*. Tomo 71 (2), pp 245 - 253.
- Consejo Federal de Inversiones (C F I), 1992. Acuerdo Federal para el Desarrollo Rural del Chaco Árido. Documento Proyecto, 261 pp.
- Giménez, R., 1996. Informe de situación del ganado caprino en la provincia de Córdoba. Secretaría de Agricultura Ganadería y Recursos Renovables. (Mimeo), 11 pp
- INDEC, "Censo Nacional Agropecuario" 1988.
- Maubecín, R., 1991. Producción caprina. Edit. por el autor y librería El Algarrobo Córdoba, 23 pp.
- Ministerio de la Producción y Desarrollo de La Rioja - GTZ, 1994. Estudio, promoción y comercialización de productos de origen caprino. (Mimeo), 28 pp.
- Salinas, A. y G. Dellepiane, 1994. Situación del Sector Caprino Nacional. Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación Bs. As., 35 pp.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería y Recursos Renovables de Córdoba (SAGyRR) e Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), 1987. Zonas homogéneas de la provincia de Córdoba, 32 pp.
- Servicio Nacional de Sanidad Animal, 1997. Información estadística de cabritos faenados en frigoríficos autorizados para el tráfico federal de carnes.
- Silvetti, Felicitas, 1997. Campesinos y educación no formal. Tesis de Maestría. Centro de Estudios Avanzados, UNC. Córdoba, pp. 7-16.
- Ucke, F. y A. Salinas, 1994. Comercialización de carne caprina. Subsecretaría de producción agropecuaria y mercados. Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. Bs. As., 48 pp.