

Potenciando las compras públicas a la Agricultura Familiar en el marco de la economía plural

Ámbito integrador:

*“Tramas, mercados y estrategias de valorización y comercialización”
Proyecto Específico “Estrategias de Comercialización y Mercados”*

Programa Nacional para el Desarrollo y la Sustentabilidad de los Territorios

Editores: Erika Zain El Din, Sergio Dumrauff y Mariana Moricz



INTA Ediciones

Colección
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO
E INNOVACIÓN



POTENCIANDO LAS COMPRAS PÚBLICAS A LA AGRICULTURA FAMILIAR EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA PLURAL

Material de difusión y lectura para equipos en territorio

Ámbito integrador:

*“Tramas, mercados y estrategias de valorización y comercialización”
Proyecto Específico “Estrategias de Comercialización y Mercados”*

Programa Nacional para el Desarrollo
y la Sustentabilidad de los Territorios

Editores:

Erika Zain El Din, Sergio Dumrauff y Mariana Moricz

Famaillá | Tucumán | Argentina
Año 2015

CONTENIDO:

Presentación	03
1. Introducción	03
2. Algunas precisiones	05
> <i>¿ Qué entendemos por Agricultura Familiar ?</i>	05
> <i>¿ Qué entendemos por Economía Plural ?</i>	07
> <i>¿ Qué bienes y servicios estaría en condiciones de vender al estado la Agricultura Familiar ?</i>	09
3. Las compras públicas como una oportunidad para fortalecer el desarrollo local	09
4. Hacia una política de compras públicas a la Agricultura Familiar en la Argentina	14
> <i>Estimaciones de lo que representa la oportunidad de las Compras Públicas a la Agricultura Familiar</i>	15
> <i>La institucionalidad pública nacional involucrada en la modalidad de compras públicas</i>	16
> <i>Normativa aplicable (nacional)</i>	27
> <i>Iniciativas en marcha</i>	28
5. Algunas ideas para seguir trabajando en los proyectos	30
> <i>Ampliar la base de alianzas estratégicas: las organizaciones de consumidores</i>	30
> <i>Ampliar la base de alianzas estratégicas: los gobiernos locales</i>	31
> <i>Ampliar el marco de gobernanza y gobernabilidad: la normativa relacionada con la producción, la distribución y el consumo</i>	31
> <i>Ampliar la oferta “trazable” de la AF</i>	33
> <i>Ampliar los volúmenes comercializados y llegar a más lugares, el desafío de la logística</i>	38
6. Herramientas disponibles en el INTA	38
7. Recursos fácilmente accesibles que pueden resultar útiles	40
8. Para seguir pensando	42
9. Glosario	43
10. Fuentes de consulta	43
11. Bibliografía	44

PRESENTACIÓN

Durante el mes de mayo del 2015, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, a través del Proyecto Específico “Estrategias de Comercialización y Mercados”, en el marco del ámbito integrador “Tramas, mercados y estrategias de valorización y comercialización” del “Programa Nacional para el Desarrollo y la Sustentabilidad de los Territorios” y la Fundación ArgenINTA, organizaron una **Conferencia Internacional y Taller “Compras Públicas a la Agricultura Familiar”**.

Dicha actividad tuvo como objetivo general compartir experiencias internacionales y nacionales como así también reunir a productores de organizaciones de la Agricultura Familiar y técnicos de organismos públicos nacionales, provinciales y municipales con el fin de identificar cuellos de botella y alternativas de mejora a esta estrategia de política pública enmarcada en la Ley nacional 27.118 de Reparación Histórica a la Agricultura Familiar sancionada durante el 2014, artículo 22 inciso 3.

A raíz de dicha actividad, en el ámbito integrador se han recibido una importante cantidad y diversidad de consultas alrededor de esta modalidad, como así también la inquietud generada en la necesidad de concretar de manera eficaz y eficiente esta política pública como oportunidad de captar mayor valor en la cadena de comercialización por parte de los productores y de disponer de productos de calidad por parte de los consumidores, generando a la vez mayor organización social.

Por esta razón, en el equipo técnico del INTA nos hemos propuesto realizar un material de divulgación sobre algunos de los aspectos propios de la intervención del Estado en las estrategias de comercialización de la Agricultura Familiar, como así también, difundir aspectos relacionados con la nueva institucionalidad, la normativa aplicable a nivel nacional para las compras públicas y algunas herramientas disponibles en el grupo INTA que permiten el acompañamiento de procesos de comercialización.

1. INTRODUCCIÓN

En el ámbito global, a raíz del de la declaración del 2014 como “Año Internacional de la Agricultura Familiar” por parte de la FAO, los temas relacionados con ella se instalaron fuertemente en las agendas internacionales.

En el mundo, la alimentación se sostiene sobre unos 570 millones de granjas que,

según la FAO, hay en el planeta. La inmensa mayoría (alrededor de un 80%) son pequeñas explotaciones familiares. Uno de los virajes de los últimos años en la agenda global, es que se vuelve a hablar de los “alimentos”, englobando en este término tanto a comodities agrícolas que se usan como insumos para diversos usos (uno de los cuales es el alimentario, por ej. el maíz) como aquellos que se consumen como bienes finales (por ej. las hortalizas frescas).

Los precios internacionales tuvieron un período de alza a partir de la crisis financiera global del 2008, luego del cual registran en el último año una clara tendencia a la baja en un escenario de gran incertidumbre, dado principalmente por el cambio climático, la conflictividad en zonas petroleras y la estabilidad mercados financieros.

En este contexto, el índice de precios de los alimentos de la FAO para junio de 2015, fue un 0,9% menor que en el mes anterior y casi un 21% menor que su valor de junio de 2014. Pueden reconocerse además algunas tendencias específicas: el azúcar y los productos lácteos registraron un marcado descenso, mientras que los precios de los cereales y de los aceites registraron alzas y los precios de la carne permanecieron estables. La tendencia a la baja se ha mantenido todos los meses desde abril de 2014, con excepción de octubre de 2014.

Esta tendencia a la baja no se refleja en los precios finales de los alimentos consumidos por la población, los cuales en general han tenido una tendencia inversa. Entre las causas para esta situación se encuentran: el alza en los costos del transporte desde las áreas de producción a las áreas de consumo, variaciones en las tasas de cambio relacionadas con la financiarización de la economía global que impacta en lo local, el aumento en la complejidad (y en los precios de los insumos) relacionada con el packaging, los mercados oligopólicos de comercialización minorista de alimentos, las tendencias de consumo desplazándose cada vez más hacia alimentos procesados (enlatados, precocidos, supercongelados, etc.) y hacia la compra en grandes supermercados con altos costos de intermediación y en las barreras de acceso.

La industria agroalimentaria constituye un sector económicamente importante¹ poderoso y longevo: las tres mayores empresas del sector por ingresos (Nestlé, Archer-Daniels y Bunge) son centenarias. Aunque tradicionalmente, el sector agroalimentario ha sido un negocio familiar, la solidez de esta actividad económica y

1: Según un informe de Bank of América Merrill Lynch, la industria vale 2,3 billones de euros, una cifra equivalente al PIB de Brasil y a un 3% de la economía global.

los cambios en los procesos de la economía global han atraído a nuevos inversores y están modificando el escenario. Un ejemplo lo constituyen las megafusiones de concentración realizadas por la estadounidense Berkshire Hathaway, y la brasileña 3G Capital. En 2013, se unieron para comprar Heinz, famosa por sus salsas y enlatados, en una adquisición de 28.000 millones de dólares (22.000 millones de euros). En marzo de 2015, se volvieron a juntar para hacerse con Kraft Foods, otra fusión millonaria.

En el caso del mercado global de carnes, durante 2013 hubo dos macrofusiones: la compra de Tyson Foods en 2013 (una operación de 8.550 millones de dólares) y la de la británica Smithfields por la china Shuanghui, por más de 7.000 millones (operación que incluyó a Campofrío). Este proceso de concentración preocupa a las organizaciones especializadas en alimentación. A ellos se le suma la volatilidad de los precios de los commodities agrícolas influenciados por los vaivenes de los mercados financieros y los capitales especulativos.

En este contexto global, Latinoamérica a pesar del crecimiento y la mejora de los estándares de calidad de vida de la última década, sigue siendo una región desigual.

En el caso de Argentina, se estiman según los datos disponibles unas 220.000 unidades productivas de la AF, que producen más del 20% del VBP agropecuario. Se trata de un sector productor de alimentos para la población local, lo cual fortalece la soberanía alimentaria. Es dinamizador de las economías regionales: produce cerca del 80% de la mandioca, 75% de caprinos, 60% de la yerba mate, el 50% de los porcinos, el 41% de las hortalizas y el 30% de la apicultura. Es generador de empleo genuino a nivel local: se calcula que el sector explica aproximadamente la mitad del empleo generado en el sector rural.

2. ALGUNAS PRECISIONES

> *¿Qué entendemos por Agricultura Familiar?*

Dado que el objetivo de este material es servir de apoyo conceptual y operativo a los extensionistas del INTA en particular y a los agentes de desarrollo en los territorios en general, al hacer referencia a la “agricultura familiar” se utilizará la definición establecida en la Ley Nacional 27.118 de Reparación Histórica de la Agricultura

Familiar sancionada a fines del 2015. Esta definición además es la adoptada por la Red Especializada de la Agricultura Familiar (REAF) del Mercosur.

“Se define como agricultor y agricultora familiar a aquel que lleva adelante actividades productivas agrícolas, pecuarias, forestal, pesquera y acuícola en el medio rural y reúne los siguientes requisitos:

- a) La gestión del emprendimiento productivo es ejercida directamente por el productor y/o algún miembro de su familia;
- b) Es propietario de la totalidad o de parte de los medios de producción;
- c) Los requerimientos del trabajo son cubiertos principalmente por la mano de obra familiar y/o con aportes complementarios de asalariados;
- d) La familia del Agricultor y Agricultora reside en el campo o en la localidad más próxima a él.
- e) Tener como ingreso económico principal de su familia la actividad agropecuaria de su establecimiento.
- f) Los Pequeños Productores, Minifundistas, Campesinos, Chacareros, Colonos, Medieros, Pescadores Artesanales, Productor Familiar y, también los campesinos y productores rurales sin tierra, los productores periurbanos y las comunidades de pueblos originarios comprendidos en los apartados a), b), c), d) y e).

Esta definición adoptada por la ley, implica la inclusión de diversos sujetos sociales individuales o colectivos que anteriormente no se encontraban dentro de las definiciones tradicionales categorizadas generalmente utilizando el criterio censal de EAP. A los fines de tener datos más ajustados², y a partir de la creación del Ministerio de Agricultura se incorpora el Registro Nacional de Agricultores Familiares -RENAF- como instrumento de política pública.

Específicamente respecto de la comercialización, la ley, en el artículo 22, promociona la creación de “ferias”, de “marcas comerciales y denominaciones de origen y otros mecanismos de certificación”, además de establecer la prioridad en las contrataciones que realice el Estado a la “compra de alimentos provenientes de establecimientos productivos de los agricultores y agricultoras familiares registrados en el Registro Nacional de Agricultura Familiar (RENAF)”.

2: Se utiliza un estudio del IICA-PROINDER del 2009 en base al CNA 2002 que utilizando una definición amplia identificó 251.116 EAPs como parte de la agricultura familiar, el 75% del total nacional de EAPs. Este número no considera sin embargo a un gran número de actores de la ESS que pueden enmarcarse en la definición de AF.

> *¿ Qué entendemos por Economía Plural ?*

Países latinoamericanos como Bolivia han instalado a nivel constitucional el concepto de economía plural, entendiendo por tal a aquella economía que “está constituida por las formas de organización económica comunitaria, estatal, privada y social cooperativa, y está orientada a mejorar la calidad de vida y el vivir bien” de todas las personas.

En la Argentina, al analizar la comercialización de la Agricultura Familiar desde una perspectiva holística, es decir donde los aspectos económicos y culturales se interrelacionan de modo permanente en procesos socio-históricos generales, se trataría de considerarla como parte del Subsistema de la Economía Social. Este subsistema incluye a todas aquellas unidades económicas en las que no existe separación entre propietarios/as de los medios de producción, trabajadores/as y los que toman las decisiones de la actividad y se distribuyen los ingresos.

Es decir que en nuestro caso incluye a las formas de organización económica comunitaria y a la social cooperativa reconocidas por la constitución boliviana, y también a otras modalidades tales como emprendedores de la ES, pequeños productores, empresas recuperadas, efectores sociales entre otros. Pueden ser unidades unipersonales, familiares, asociativas o comunitarias. Pueden también tener diferentes formas jurídicas: cooperativas, asociaciones civiles, sociedades de hecho. En concordancia con este tipo de relaciones sociales de producción, la lógica de estos sujetos sociales apunta a satisfacer las necesidades de sus integrantes -de acuerdo con criterios culturalmente definidos- en las mejores condiciones posibles, a diferencia de las empresas basadas en el trabajo asalariado, cuya lógica es la maximización de la tasa de ganancia vía acumulación privada del capital.

La agricultura familiar constituye un sector muy heterogéneo en sus posibilidades de reproducción, es decir en su capacidad para reiniciar su ciclo de vida, ya sea que se trate en las mismas o en mejores condiciones de vida. También existe en ella, una gran capacidad y diversidad en la implementación de prácticas solidarias hacia adentro y hacia afuera de la unidad económica. En este sentido, entendemos que la Economía Social es también Solidaria, (ESyS) cuando estas formas de organización de la producción y el trabajo van acompañadas de valores y prácticas que apuntan al bien común, la equidad -social, de género, entre otras-, la reciprocidad y la búsqueda de un mundo mejor para todos/as no solo en los aspectos económicos sino también en los sociales, culturales, de cuidado del ambiente y políticos (Caracciolo y Foti, 2011).

La fuerza del concepto de economía plural, permite considerar e incluir también en la estrategia de desarrollo, el subsistema de la economía estatal o pública desde una lógica diferente a la de los procesos de reforma del estado, recuperando como instrumento de acción las compras que realiza a diversos sectores.

Al igual que para todos los ciudadanos de la República Argentina, la política de acceso a la información referida a la gestión pública, la sola condición de ciudadanía habilita a los productores familiares a: i) acceder sencilla y libremente a la información pública sobre la gestión y los recursos, tanto de los organismos gubernamentales como de los Entes reguladores; ii) ejercer el control sobre los responsables de organismos que cumplen funciones públicas; iii) participar en la fijación de agendas públicas de intereses y en la definición de políticas comunitarias y en el caso de residentes extranjeros, como los migrantes bolivianos o paraguayos que constituyen una porción importante de la AF, está relacionada también con el acceso a la información inmigratoria y con las gestiones que deban realizar para vivir y estudiar en el país.

Tal como lo comenta el sitio oficial de Argentina, el Estado Nacional necesita la provisión de bienes y servicios para llevar a cabo sus actividades. El proceso de adquisición de estos bienes y servicios se denomina compras y contrataciones de la Nación y el órgano rector del sistema es la Oficina Nacional de Contrataciones (ONC). Dada la conformación federal de la Argentina, existen una multiplicidad de dependencias públicas que también requieren adquirir bienes y servicios y que responden en términos generales a esta normativa general (con la cual no pueden entrar en contradicción), y tienen algunas particularidades provinciales y/o municipales que deben indagarse en cada ámbito territorial.

Al igual que en otras acciones del Estado, este proceso incorpora necesariamente acciones que apuntan a una mayor transparencia y que a su vez se convierten en herramientas para profundizar la democratización de la gestión, ya que dan visibilidad a las acciones de gobierno, permiten generar canales de participación pública y brindan a los ciudadanos un instrumento importante: la información.

Entre las estrategias de acceso a la información, se encuentra la posibilidad de encontrar la normativa nacional aplicable, como la referida a licitaciones y convocatorias. La Oficina Nacional de Contrataciones también elabora y pone para su consulta a través de la web un catálogo de bienes y servicios, proveedores, organismos contratantes, precios de referencia, contrataciones vigentes e históricas, entre otras cosas.

Es importante remarcar que el estado constituye una entidad jurídica diferente de los

privados, por lo que la actividad de sus organismos se rige por principios y una normativa enmarcada en el derecho y la administración pública. Esto tiene fuertes implicancias a la hora de entablar una relación de comercialización con el mismo.

> ¿ Qué bienes y servicios estaría en condiciones de vender al estado la Agricultura Familiar ?

Bienes o Productos	Servicios
Alimentos frescos	Asociados al turismo y Eventos en áreas rurales: Alojamiento Cabalgatas Guías especializadas Catering Espectáculos folklóricos
Alimentos procesados	
Semillas y plantines	
Reproductores y animales en pie	
Artesanías	
Alimento para animales (alfalfa y balanceado)	Pastaje
Maderas y leña de bosques manejados	
Biocombustibles	
Varios	Cruzas
	Carga / transporte

3. LAS COMPRAS PÚBLICAS COMO UNA OPORTUNIDAD PARA FORTALECER EL DESARROLLO LOCAL

En general puede asumirse que los bienes y servicios que la AF produce en cantidad y calidad suficientes y que podría proveer al Estado, se inscriben dentro del “gasto público”. Un eje de discusión central en el diseño y la implementación de políticas públicas inclusivas y grados crecientes de equidad distributiva interregional. Al decir de la CEPAL, “las políticas públicas se implementan a través de la ejecución de proyectos de inversión, el desarrollo de programas públicos y la prestación de servicios públicos; estas acciones se ejecutan mediante modelos o sistemas de gestión pública” (CEPAL, 2010).

En la actualidad, la forma de tratamiento de los datos referidos al gasto público no da cuenta de sus componentes cíclico y estructural y por lo tanto no es posible cuantificar su impacto sectorial y territorial en términos de dinamización de la economía local. Aun así, la constatación empírica permite observar que el aumento del gasto público en ByS que tiene ofrece y tiene disponible la AF puede canalizarse hacia sectores -familias y territorios- más amplios, menos favorecidos en el proceso de desarrollo.

Para ello es necesario abordar el engorroso entramado normativo y administrativo que deben cumplir los agricultores familiares en calidad de proveedores estatales, principalmente cuando el bien o servicio a comercializar debe cumplir con tránsito federal. Situación que se agrava en el caso de producciones regionales de base agroalimentaria.

En la actualidad, la Argentina plantea como premisa la seguridad alimentaria y nutricional y el crecimiento económico como bases de un desarrollo inclusivo, con redistribución del ingreso y grados crecientes de soberanía en diversos órdenes de la vida nacional. Se plantea el derecho a la alimentación como un derecho humano y esto representa para el SAA, producir y proveer a la sociedad productos de calidad, alimentos nutritivos a sectores a través de diversas formas de comercialización (que van desde la economía popular hasta la economía de mercado pasado por la economía social) resguardando para el Estado la obligación de garantizar los derechos relacionados con la seguridad y soberanía alimentarias como así también las condiciones de una mejor calidad de vida para el sector.

En este sentido, no solo la Argentina sino toda Latinoamérica tienen el desafío de incorporar a este importante sector social, político y económico a sus proyectos de desarrollo y diseñar políticas públicas con una batería de instrumentos que reconozcan la diversidad y sinergicen las múltiples relaciones que en ella existen, articuladas alrededor de un instrumento concreto de generación de desarrollo con mejor calidad de vida para la mayoría de la población.

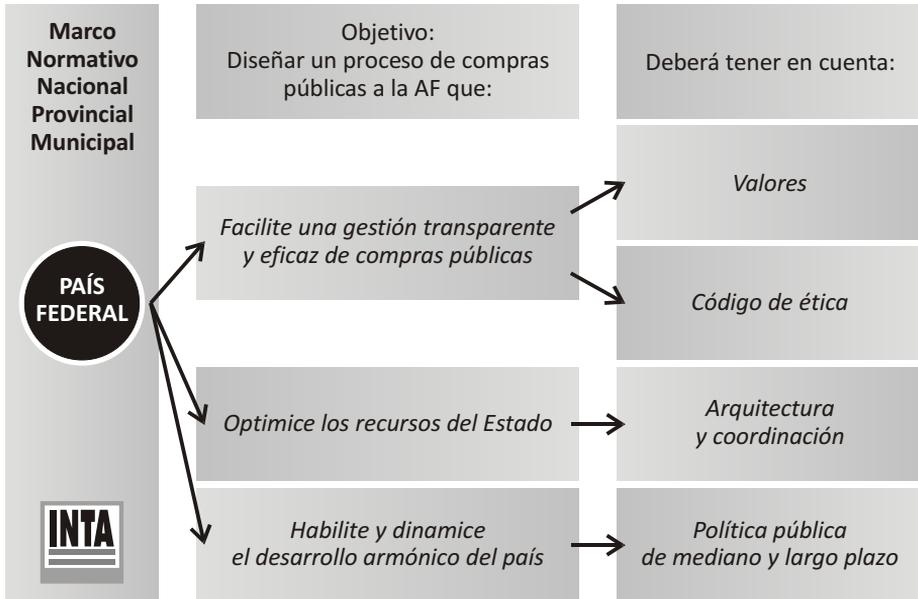
Hacia mediados del 2015, los últimos 5 años permiten visualizar existen logros que permiten pensar que un camino más claro y seguro es posible. Con la vuelta al nivel ministerial de la cartera de Agricultura, Ganadería y Pesca (2009), la elevación al rango de Secretaria de la Agricultura Familiar (2011) a la dependencia específica y la sanción de la Ley de Reparación Histórica a la AF (2014), el estado nacional internaliza a estos sujetos sociales con identidad propia en su estructura y práctica de gobierno desde una estrategia específica.

Asimismo, instala a la AF como un componente estratégico del desarrollo con inclusión, a partir de que produce una cantidad altamente significativa de los alimentos que consumen los ciudadanos argentinos permitiéndoles sostener una dieta diversificada, con mejor balance nutricional y acorde a pautas culturales e históricas. Estos volúmenes de producción se logran a su vez, con mayores índices de residencia suburbana y rural, mayor preservación de los recursos naturales y de los servicios ecosistémicos y mayores niveles de generación de trabajo.

Por otro lado, los procesos de producción -muchos de ellos basados en conocimientos y prácticas que sustentan técnicas y procedimientos artesanales- permiten lograr en la mayoría de los casos, alimentos reconocidos en su calidad por parte de los consumidores urbanos y no urbanos, que los eligen y los compran a pesar de las debilidades y los déficits de las cadenas de distribución y venta. Es decir que la AF abastece de alimentos a la población nacional tanto en cantidad como en calidad, en zonas tanto urbanas como rurales.

Desde una perspectiva de acceso a los bienes y servicios generados por el proceso de desarrollo y de redistribución de la renta generada durante el mismo, la agricultura familiar constituye una oportunidad y una herramienta concreta de contrarrestar la acción concentradora y desestabilizadora de los oligopolios de la producción, distribución y comercialización alimentaria, influenciados a su vez por ritmos y tasas de ganancia basadas en lógicas financieras. Este tipo de modalidad global, inició su penetración en la década del '80 alcanzando sus picos de concentración y transnacionalización durante la década de los '90, favorecida por marcos macroeconómicos globales y condicionamientos transnacionales, que entre otras cosas, establecieron la prevalencia de reglas de libre mercado con políticas crecientes de apertura y desregulación económica al mismo tiempo que desestructuraban dependencias y organismos encargados de apoyar y fortalecer al sector propiciando la pauperización de recursos públicos, la baja o nula inversión en infraestructura y equipamiento, y la terciarización (o "el achique del estado") como modalidad de intervención.

Dado que el estado constituye una entidad jurídica diferente de los privados, la actividad de sus organismos se rige por principios y una normativa enmarcada en el derecho y la administración pública. Esto hace que las reglas y procedimientos relacionados con la compra (y la venta) de bienes y servicios registren tiempos y requisitos a los que normalmente no están acostumbrados los agentes privados en general y los productores familiares en particular.



Por otro lado, este sector tiene dificultades para acceder a mecanismos formales de comercialización vinculadas no solo al mero conocimiento de la modalidad, sino también entre otras cosas a: habilidades y equipamiento necesarios para acceder a la información (principalmente aquellas relacionadas con las TICs); conocimientos y habilidades necesarias para decodificar algunas expresiones propias de las normas y procedimientos de la jerga administrativa del sector público y finalmente, la posibilidad de obtener modalidades de financiamiento que impliquen aguantar plazos de pago largos como los que generalmente implican las compras públicas.

En el caso de los alimentos, aun cumpliendo los estándares bromatológicos y de etiquetado, otro gran problema lo constituye la diversidad normativa y de control entre las diferentes provincias y a la que debe responder un producto en su tránsito por el territorio nacional y su posterior comercialización como bien de consumo. Algunas provincias y algunos municipios han avanzado en la elaboración de instrumentos eficaces para facilitar las compras públicas a la AF pero que tienen un alcance local y, por lo tanto, limitado en términos de la totalidad del país. De manera tal que, si por ejemplo, un producto de una economía regional producido en una

provincia es adquirido por una dependencia con sede en otra, el transporte de dicho producto debe cumplir normativas específicas de todas las entidades político administrativas por las que transite en su camino hacia su destino final. Por lo tanto se trata de un tema a tener en cuenta.

Las políticas de Compra Pública a la Agricultura Familiar, y por ende a la Economía Social, pueden ser ejemplos de políticas más inclusivas si se desarrollan teniendo en cuenta la demanda de la sociedad civil y de las organizaciones de productores. La mera instauración de leyes no garantiza la puesta en marcha del engranaje necesario para que los productores familiares o de la economía social alcancen a cubrir los requerimientos de compra de los entes públicos. Desde la experiencia brasileña (Siliprandi, 2015; Chmielewska 2015), pionera en el continente, se observa, por un lado, una alta capacidad de organizaciones gremiales para reclamar por políticas más inclusivas, y por el otro, un gobierno nacional con voluntad política para modificar rigideces e inadecuaciones de los procedimientos de compras públicas.

Sin la interacción y el interés político por parte de la oferta y la demanda pública, estas políticas de desarrollo inclusivo no hubiesen podido ser llevadas a la práctica. Sin embargo, es menester resaltar que, si bien se fijó que el Estado compre un 30% de sus productos alimentarios a la agricultura familiar y a las empresas de economía social, las prácticas sociales muestran ciertas dificultades para lograr esa meta. Las políticas de compra pública requieren aumentar las capacidades de acción de los actores involucrados, evitando relaciones de arriba hacia abajo. Por eso, es fundamental consolidar interacciones entre heterogéneos grupos de actores que muestren capacidad para crear nuevos canales comerciales.

Las propiedades emergentes que surgen de esas múltiples interacciones en el terreno de las políticas de intervención, permiten analizar las estrategias y decisiones individuales y colectivas que se desarrollan en el campo de la acción. Para ello, es fundamental contar con herramientas metodológicas que permitan seguir paso a paso esas prácticas sociales a través de entrevistas interactivas, el discurso, la narrativa, las historias de vida, los cuentos, las memorias y trayectoria de los objetos, pero también la observación situada en el sitio de los actores y su acción. Estos artefactos metodológicos permiten mostrar evidencias de cambios sociales que van más allá de políticas de intervención lineales y hegemónicas (Arce, 2013).

En general, la Economía Social se organiza bajo diversas formas asociativas y eso le permite bajo ciertos rangos, estar a la altura de los desafíos que le plantea cada época y cada situación. Forman parte de ella familias productoras y empresas familiares, microempreendedores y emprendedores, pymes, cooperativas y mutuales,

asociaciones y cámaras, consorcios y empresas recuperadas, entre otros.

Para muchos bienes y servicios producidos por la AF y la ESS, la principal oportunidad por su cercanía y accesibilidad la constituyen las dependencias locales de los organismos nacionales (más aún si son descentralizados) y las dependencias provinciales y municipales presentes en su mismo territorio. La interacción entre unos y otros, crea entramados locales político-administrativos y productivo-comerciales y fortalece los vínculos y las competencias de los mercados de proximidad. En consecuencia constituyen una estrategia que contribuye al desarrollo local con equidad y sustentabilidad, aportando a la competitividad territorial en una escala mayor de articulación.

La generalidad y la amplitud de las acciones del INTA en todo el país, en tanto organismo descentralizado de la administración pública nacional; así como su capacidad técnica y administrativa, y su vinculación con productores y sus organizaciones abren numerosas oportunidades para desarrollar e implementar esta estrategia.

4. HACIA UNA POLÍTICA DE COMPRAS PÚBLICAS A LA AGRICULTURA FAMILIAR EN LA ARGENTINA

Una política de compras públicas apunta a generar un mercado para el sector consolidado de la AF, con el doble objetivo de mejorar sus ingresos a partir de una demanda constante y efectiva, y asegurar alimentos de calidad para sectores vulnerables de la población (escuelas y hospitales por ejemplo). Un primer objetivo, a modo de horizonte al cual tender, puede ser llegar a que el 30% del presupuesto destinado a las compras de las instituciones públicas se destine a productos provenientes del sector de la AF.

Dado que en Argentina no existen experiencias concretas de magnitud que sirvan de antecedente para esta política (quizás la más representativa sea la compra de semillas por parte del programa ProHuerta), resulta difícil calcular el impacto socio económico que puede llegar a tener la iniciativa. Sin embargo, pueden señalarse algunas de sus ventajas:

- Genera/amplía los mercados de la AF a partir de una demanda de magnitud, concreta y estable de los ByS del sector.
- Apunta a resolver una demanda sentida y expresada por los propios productores

como es la comercialización.

- Permite mejorar no sólo los canales comerciales de los pequeños productores, sino el desarrollo local, ya que se priorizan los circuitos cortos de abastecimiento, evitando gastos innecesarios en transporte.
- Permite vincular la producción y el consumo, al posibilitar un campo de intervención sobre las pautas alimentarias de la población (Ej.: enriquecer la dieta en los comedores escolares, modificar hábitos de consumo más saludables).
- Se trata de un subsidio indirecto basado en el trabajo de las unidades productivas que permite el fortalecimiento de los procesos de innovación tecnológica, asociativismo y adopción de buenas prácticas.
- Es una política a financiarse mediante redireccionamiento de recursos, es decir que no precisa en principio de nuevas fuentes de financiamiento.
- Aporta al aumento y diversificación en la oferta de alimentos, lo que provoca consecuentemente impulsos en sentido de la baja de los precios de los bienes básicos.
- Fomenta la articulación de políticas públicas, optimizando el uso de recursos humanos y financieros.

> Estimaciones de lo que representa la oportunidad de las Compras Públicas a la Agricultura Familiar

No se cuenta actualmente con estudios sobre el volumen del gasto del Estado en bienes y servicios de la AF en general, y tampoco en la compra de alimentos³ en particular. Tampoco hay datos exactos sobre los volúmenes comercializados por cada producto/servicios en la AF.

Aún así es posible dimensionar algunos datos, que no tienen carácter de definitivos:

- Si las 220.000 EAPs de la AF, vendieran en promedio \$1.000 anuales al Estado, esto implicaría un ingreso global anual para el sector de \$220.000.000.

3: Por ejemplo a nivel de las escuelas, hospitales, cárceles, centros de jubilados y/o en situaciones de emergencia social (como en las inundaciones o en la emisión de cenizas volcánicas).

> Para tomar como referencia 1: a precios de mediados del 2015, los \$1000 equivalen a 12,5 bolsones de 10 kg de verdura de estación producidos por horticultores familiares.

> Para tomar como referencia 2: en un día de una feria local de GBA suelen venderse 200 bolsones (lo que implica que el sector está en condiciones de proveer cantidades mucho mayores).

□ No hay datos publicados del total de inversión pública anual destinada a la compra de alimentos a población con riesgo nutricional, por parte de instituciones como el MDS, PAMI, Ministerio de Salud, Ministerio de Educación. Existen experiencias de alcance local (PAMI Mar del Plata) en las que se realizó un acuerdo con una cooperativa y se distribuyó mensualmente cajas de alimentos secos a los jubilados más vulnerables nucleados en diversos Centros de Jubilados.

□ Se estima que existen más de 11.500 comedores en escuelas públicas en todo el país. Allí se alimentan diariamente más de 4,5 millones de niños, lo que representa una demanda de compra del estado significativo en términos de la AF.

□ Se estima que el Servicio Penitenciario Nacional gastaría alrededor de \$56 millones anuales en alimento para las personas privadas de su libertad.

□ Si tomamos en cuenta los servicios de turismo y gastronomía que contrata el Estado, el número puede ascender a varios millones anuales.

> La institucionalidad pública nacional involucrada en la modalidad de compras públicas

El fomento de las compras públicas a la AF forma parte de uno de los articulados de la recientemente aprobada Ley de Reparación Histórica de la Agricultura Familiar aprobada en diciembre de 2014, en su art. 22 inc. 3, plantea que *“La compra de alimentos, productos, insumos y servicios provenientes de establecimientos productivos de los agricultores y agricultoras familiares registrados en el Registro Nacional de Agricultura Familiar, (RENAF) tendrá prioridad absoluta en la contrataciones directas que realice el Estado Nacional para la provisión de alimentos en Hospitales, Escuelas, Comedores Comunitarios, Instituciones dependientes del Sistema Penitenciario Nacional, Fuerzas Armadas y demás Instituciones Públicas dependientes del Estado Nacional. A tal fin se deberán suscribir convenios de gestión con las distintas jurisdicciones a fin de fijar metas y objetivos a cumplir”*.

La última década en la Argentina ha estado marcada por un profundo proceso de reconstrucción de las capacidades del estado en diversos aspectos vinculados a las políticas públicas y al ejercicio de la acción pública. Principalmente, se crearon instituciones que antes no existían o bien se recrearon o adecuaron otras. Asimismo, se establecieron diversos marcos normativos con diversos grados de participación y consenso con impacto en el quehacer de la AF.

A los fines de considerar una transacción que puede inscribirse dentro de las “compras públicas a la agricultura familiar” resulta relevante mencionar:

a) Las Dependencias Públicas Nacionales: *tienen presencia en todo el país y son responsables de instancias de registración, control o facilitación.*

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación se encuentra conformado por cuatro Secretarías: Agricultura, Ganadería y Pesca; Coordinación Político Institucional y Emergencia Agropecuaria; Desarrollo Rural; y Agricultura Familiar (SAF). A su vez se encuentran tradicionalmente bajo su órbita como organismos descentralizados, el INTA y el SENASA. El Ministerio ha avanzado en la creación de una nueva institucionalidad, la cual está básicamente representada por el Consejo de la Agricultura Familiar, Campesina e Indígena.

Con respecto a la Secretaría de Agricultura Familiar, la misma tiene dos Subsecretarías: una, de Ejecución de Programas para la AF y otra, de Fortalecimiento Institucional. Entre sus objetivos se encuentran: i) atender las necesidades específicas de las diversas organizaciones, regiones y sectores agro productivos vinculados a la agricultura familiar; ii) impulsar la modernización, reconversión, complementación y diversificación de las economías regionales relacionadas con la agricultura familiar, tanto en la producción primaria como en la cadena agroindustrial asociada y iii) coordinar las instancias de relaciones institucionales con el Foro y las organizaciones de la Agricultura Familiar.

En el marco de la Subsecretaría de Fortalecimiento Institucional, se encuentra la Dirección de Registro y Monotributo Agropecuario quien es la encargada formal administrar, ejecutar y garantizar el funcionamiento del Registro Nacional de Agricultura Familiar (ReNAF) y del ReNOAF es el Registro Nacional de Organizaciones de la Agricultura Familiar.

El Registro es el instrumento básico de carácter universal, voluntario y permanente

propuesto por el Foro Nacional de Agricultura Familiar (FoNAF) para la ejecución de las políticas específicas dirigidas a la Agricultura Familiar. El Objetivo del Registro es contar en forma oportuna y permanente con información completa, fehaciente, confiable y actualizada de todos los potenciales destinatarios de las acciones y servicios que el Estado disponga para el sector de la AF en todo el país. En cada provincia existe un Nodo integrado por un técnico designado por el Estado y uno o dos representantes de los productores designados por el FoNAF. Además se cuenta con los Registradores Habilitados de las organizaciones del sector, estrategia en la cual se ha integrado al INTA a partir del 2015.

A marzo de 2014, se habían relevado datos de 86.721 Núcleos de Agricultores Familiares (NAF) incorporados a la base del RENAF (Caracciolo, 2015).

Con respecto al Consejo de la Agricultura Familiar, Campesina e Indígena, al decir de Caracciolo (2015) el mismo reconoce como antecedente al Foro de la AF y fue creado como un espacio participativo para debatir y generar consensos sobre diseños e implementación de políticas públicas estratégicas para el desarrollo sustentable y consolidación de la agricultura familiar, campesina e indígena. El consejo está integrado por las máximas autoridades del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca; la SAF, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria; la Unidad para el Cambio Rural (UCAR), y un representante de cada organización campesina, indígena y de la agricultura familiar de alcance nacional. Actúa como coordinador ejecutivo, el titular de la jefatura de gabinete del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, quien puede invitar a otros Ministerios y/u Organismos Públicos Nacionales a designar representantes como miembros no permanentes en el Consejo, para la implementación de determinados programas, que puedan contribuir al mejor cumplimiento de su cometido. Por otra parte, la SAF ejerce de secretaria técnico-administrativa.

En el marco de la Subsecretaría de Economías Regionales se encuentra la Dirección de Competitividad e inclusión de los pequeños productores, la cual trabaja principalmente con los municipios. En el marco de la REAF ha participado de la iniciativa del Logo para el Sello Agricultura Familiar aprobado por la REAF/MERCOSUR y ahora es llevada adelante por la Dirección de Producciones Artesanales y Agroecología de la SAF.

Con respecto al Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria -SENASA- un organismo tradicionalmente orientado a la fiscalización de la producción con destino a mercados externos, comienza en 2009 a trabajar con la AF, reconociéndola como un

actor productivo de relevancia en el país y en los mercados regionales. En el 2014, dependiendo de la Presidencia del SENASA se crea la Coordinación de Agricultura Familiar con el objetivo específico de incluir y amparar los alimentos provenientes de la Agricultura Familiar, y por lo tanto, reflejar esto en sus normativas y forma de trabajo en general. Este nivel coordina sus actividades con Referentes de Agricultura familiar que se encuentran en los 14 Centros Regionales que SENASA tiene en el país.

También se creó bajo su órbita, la Comisión de Agricultura Familiar de SENASA - SENAF-, que aborda la mirada sanitaria a partir de la preservación de la salud pública y la fiscalización de la producción de alimentos en procesos de menor escala, con diferentes tecnologías y “culturas del hacer” y orientados a mercados locales. A partir del año 2014, participan de la misma otras instituciones públicas vinculadas al sector, como así también representantes de las Organizaciones Nacionales de la Agricultura Familiar del país. La Comisión se divide en dos subcomisiones de trabajo ligadas a la modificación de dos normativas consideradas centrales para la AF: el Decreto 4238/3 y el Código Alimentario Argentino. Estas dos normativas constituyen a su vez barreras de acceso relevantes a la hora de encarar las compras públicas a la AF, ya que los productos a comercializar deben cumplir con una serie de requisitos y trámites, relacionados no solo con su calidad e inocuidad sino también con su acondicionamiento, embalaje, transporte y distribución.

El Código Alimentario Argentino establece las condiciones básicas generales para la elaboración, importación y exportación de productos alimenticios así como para los establecimientos donde se generan los mismos. De todas formas, para algunas producciones existen normativas específicas que las regulan. Actualmente se encuentra abierto el proceso de consulta pública para incluir un capítulo específico destinado a la AF.

El SENASA tiene injerencia en cuestiones de certificación de inocuidad del producto en la unidad de producción y transformación (es decir tiene el deber y la facultad de habilitar los lugares de producción y procesamiento) y también tiene el control durante el traslado de los mismos (es decir tiene el deber y la facultad de habilitar los envases y vehículos para el transporte). Otorga el RENSPA a los productores en cada etapa del proceso, y el DTE (documento de tránsito electrónico) para traslados hacia destinos habilitados por la institución. Es decir, el organismo controla todo el circuito, la movilización de los productos desde su origen con un determinado RENSPA, o bien de un destino intermedio hacia otro con otro RENSPA.

❑ ¿ Qué es el Renspa ?

Registro Nacional Sanitario de Productores Agropecuarios. Creado en 1997, establece la asociación de cada productor agropecuario con el campo donde realiza su actividad a través de un código. Contiene datos del establecimiento, del productor, de la actividad que allí realiza y de los animales que posee (Fuente: Manual SENASA).

❑ ¿ Dónde se tramita ?

La inscripción deberá realizarse en la oficina local del SENASA que corresponda a la jurisdicción del establecimiento (de acuerdo a su ubicación geográfica) o en otras instituciones designadas por el organismo para tal fin.

❑ ¿ Puede tramitarlo un tercero ?

El trámite puede delegarse a una tercera persona, quien debe concurrir con un poder legal firmado.

Más información en:

<http://www.senasa.gov.ar>

<http://www.tramites.gob.ar/tramites/productores-agropecuarios-actividad-pecuaria-inscripcion-registro-nacional-sanitario-rensa>

Tal como se reseña en un trabajo realizado por un equipo de administradores del INTA (Gabutti *et al.*, 2010), dentro del sistema de contratación del Estado Nacional, a instancias del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación se encuentra legislada la compra que puede realizarse a efectores de la economía social. Desde el año 2004, se incorporó al Decreto N° 1023/01 la posibilidad de utilizar la modalidad de Contrataciones Directas para los productos y servicios que ofrecen efectores de desarrollo local y economía social.

El Monotributo Social es compatible con la Asignación Universal por Hijo, la Asignación por Embarazo para la Protección Social y las pensiones no contributivas a madres de 7 o más hijos, está principalmente destinado a quienes:

- Tienen una actividad económica independiente o realizan una única actividad económica.
- Impulsan proyectos productivos de hasta tres integrantes.
- Forman parte de una cooperativa de trabajo con un mínimo de seis asociados.

Esta nueva política de contrataciones, dio lugar a una serie de cambios en el sistema de contrataciones del estado a partir de una articulación con el Ministerio de Desarrollo Social. Dicho Ministerio se encarga de la incorporación de “listados” para poder autorizar la compra por esta modalidad a los efectores que se encuentren registrados en ellos.

Un efector para poder ser proveedor del estado y poder concursar bajo el criterio de “promoción de la concurrencia de interesados y de la competencia entre oferentes” debe estar inscripto en el Registro de Efectores, y también debe poseer: SIPRO; AFIP; INGRESOS BRUTOS (impuesto provincial), CUT, tener certificado fiscal para contratar y poseer cuentas bancarias.

Más información en: <http://www.desarrollosocial.gob.ar/monotributosocial>

b) Las Instancias Supranacionales: *se enmarcan en acuerdos internacionales multilaterales firmados por el país.*

Argentina participa a través de delegaciones nacionales en la Reunión Especializada de la Agricultura Familiar (REAF MERCOSUR). La misma funciona bajo la órbita del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación, en un ámbito coordinado por el Secretario de Coordinación Político Institucional y Emergencia Agropecuaria, Javier Rodríguez, y el Subsecretario de Fortalecimiento Institucional, Ramiro Fresneda. Se trata de un ámbito institucional supra nacional creado en el año 2004 por iniciativa de Brasil, a través de la Resolución del Grupo del Mercado Común N° 11/04. Tiene el objeto de generar en el ámbito del Mercosur un espacio asesor y de diálogo político especializado en políticas públicas diferenciadas para la Agricultura

Familiar. Entre 2004 y 2015 ha desarrollado 23 reuniones especializadas, la última de las cuales se celebró en Brasilia, entre los días 16 y 19 de junio de 2015.

Actualmente, la Secretaría Técnica es ejercida por la representación de Uruguay, siendo el Secretario Técnico de la REAF, el Ing. Lautaro Viscay, quien en un nota de marco del 2015 destacó que actualmente se pone énfasis en diferenciar a la REAF como un espacio de participación democrático: “Hay una metodología de participación en la REAF que, de algún modo, es vista desde otros espacios de integración regional como una experiencia a imitar. Esa metodología ha puesto el acento, en efecto, en la participación formal (no como invitados de compromiso) de las organizaciones y movimientos de la agricultura familiar en todas las instancias de debates, respetando la diversidad y la pluralidad, más aún en aquellas instancias que es necesario limar puntos críticos, para evitar avanzar por caminos que pudieran resultar, aun de manera involuntaria, socialmente inaceptables. Esa, creo yo, es una de las principales virtudes de la REAF” (Viscay, 2015).

La REAF se organiza en grupos temáticos, que son instancias que permiten reunir y sistematizar información de los diversos países miembros, y a la vez son generadoras de ideas, debates y propuestas que pretenden transformarse en políticas públicas participativas, diferenciadas y con procedimientos y asignaciones presupuestarias específicas y suficientes. Este por ejemplo fue el camino recorrido por la Ley de Reparación Histórica de la Agricultura Familiar, cuyo proceso de reglamentación está en curso.

A nivel nacional, la REAF se organiza en secciones nacionales con encuentros semestrales. A su vez cada país tiene un punto focal, es decir, personas del gobierno que son referentes para cada tema o grupo de trabajo. Los referentes poseen un cargo o puesto de gestión en el organigrama estatal, es decir son funcionarios de los ministerios agrarios y de Desarrollo Rural de los países participantes lo que pretende garantizar la institucionalización de las iniciativas y transformarlas en políticas activas. Estos grupos trabajan en una Agenda Anual de índole política, de modo tal de llegar al último mes de cada año con propuestas, resultados y ajustes a ser discutidos entre los países.

Los grupos temáticos que actualmente funcionan en el marco de la REAF y en los que participa la delegación argentina son:

- ❑ Registro de los productores familiares,
- ❑ Acceso a la tierra - políticas fundiarias,

- ❑ Juventud,
- ❑ Género,
- ❑ Cambio climático y gestión de riesgos,
- ❑ Facilitación del comercio.

En general han participado de los encuentros de la REAF en Argentina, representantes de las siguientes organizaciones: Frente Agrario Evita, Movimiento Nacional Campesino Indígena - Vía Campesina (MNCI-CLOC-VIA), Federación de Organizaciones Nucleadas de la Agricultura Familiar (FONAF), Unión Argentina de Pescadores Artesanales (UAPA), Grito de Alcorta, Encuentro Nacional de Organizaciones Territoriales de Pueblos Originarios (ETNOPO), Organizaciones de Naciones y Pueblos Indígenas en Argentina (ONPIA), Frente Agrario Evita y la Asociación Mujeres Rurales (AMRAF), Federación Agraria, Asamblea Campesina Indígena del Norte (ACINA) y el Frente Nacional Campesino (MINAGRI, 2015).

El Grupo de Trabajo (GT) de Facilitación de Comercio tiene por objetivo el debate sobre políticas para facilitar el acceso a los mercados para la AF; propiciando la inclusión de la agricultura familiar en las cadenas productivas, incrementando la participación de la agricultura familiar tanto en el comercio interno de los países a través de distintos instrumentos de política. Los principales temas del GT son los siguientes:

- ❑ Generación de ingresos y agregación de valor;
- ❑ Facilitación del comercio;
- ❑ Complementación productiva entre organizaciones;
- ❑ Incremento de la participación de la agricultura familiar en el comercio;
- ❑ Identificación/Certificación de productos de agricultura familiar;
- ❑ Fomento de las asociaciones y cooperativas.

Actualmente, el GT tiene por foco principal la creación y adecuación de las normativas de las políticas públicas de comercialización para la producción familiar. En este sentido su objetivo es analizar en cada país, los tipos de organizaciones de la agricultura familiar, identificando sus potencialidades y limitantes para participar en los mercados, de la misma forma en el análisis sobre la participación en las compras públicas, y presentando recomendaciones sobre políticas y proponiendo incentivos a

la comercialización diferenciada.

Al trabajo del GT se le suman al presente los siguientes temas: i) Desarrollo tecnológico sustentable, innovación y adopción tecnológica para la agricultura familiar; (ii) Financiamiento para la AF; (iii) Protocolos Sanitarios y (iv) Agregado de valor en origen para mejorar el acceso a mercados.

Durante el 2015, el grupo temático de facilitación del comercio a nivel nacional ha analizado la necesidad de fomentar estrategias y herramientas para la apertura de nuevos mercados para el sector y el fortalecimiento del abastecimiento local. Otro tema han sido las certificaciones y las formas jurídicas en torno a las compras públicas. Esta estrategia ya está siendo utilizada por diversos países de Latinoamérica con resultados promisorios.

La característica del estado argentino de constituir una nación federal presenta potencialidades y restricciones en términos de diseñar y aplicar esta estrategia de ampliación de oportunidades para la AF. Entre los desafíos se encuentra la necesidad de generar estrategias y mecanismos para que las organizaciones del sector puedan tener acceso diversos y adecuados tipos de personerías jurídicas que los habiliten a desempeñarse como proveedores del Estado en un marco de equidad y transparencia. No menor es la cuestión ligada a las normativas sanitarias y la necesidad de ponderar el tema sobre un standard de calidad único, aspectos en los que se encuentra avanzando el SENASA a través de la coordinación del SENAF. También en el marco de este grupo se discute el tema del sello único de la AF como herramienta de visibilización y diferenciación.

De hecho, el Sello distintivo a nivel regional de los agricultores familiares y a sus productos se trabaja en el ámbito de la REAF desde el año 2013, tanto por parte de la delegación argentina como de la Brasileña. Durante ese año y parte del 2014, Año Internacional de la Agricultura Familiar 2014 se trabajó en una comisión especial para elaborar la propuesta en conjunto con todos los países de la región. En la XXI REAF celebrada en simultáneo con el evento INTA Expone 2015, en la ciudad de Posadas - Misiones- la propuesta tomó dimensión política y se impulsó definitivamente un instrumento que se convirtió en Recomendación del Consejo de Mercado Común en la XLVII Reunión Ordinaria del Consejo del Mercado Común (16 de diciembre de 2014, Paraná, Argentina). La misma en su articulado dispone que:

Art. 1: *Que los Estados Partes adopten instrumentos nacionales de visibilidad de los productos y servicios del sector bajo la forma de "Sellos de la Agricultura Familiar".*

Art. 2: *Que los referidos Sellos de la Agricultura Familiar sean símbolos distintivos del sector, que sirvan para la identificación de productos y servicios de las/los agricultoras/es familiares inscriptos en los Registros Nacionales de la Agricultura Familiar de los distintos países, conforme lo previsto en la Decisión N° 20/14 y con base en los criterios establecidos en la Resolución GMC N° 25/07; así como de las organizaciones conformadas en su mayoría por estas/os agricultoras/es familiares y por las agroindustrias que utilicen en la elaboración de sus productos materia prima o productos provenientes mayoritariamente de la Agricultura Familiar.*

Art. 3: *Que los mencionados Sellos sean elaborados con vistas a fortalecer las identidades locales, el compromiso ambiental y el rol social, cultural, nutricional y económico de la Agricultura Familiar, con el objetivo de ampliar las fronteras de comercialización de los productos con origen en el sector y estimular el consumo responsable, de modo de promover la inclusión social y económica de las/los agricultoras/es familiares en las cadenas productivas nacionales y regionales.*

Art. 4: *Que los Estados Partes definan las características y disposiciones nacionales específicas de los Sellos en base a los parámetros y procedimientos comunes que sean definidos en el ámbito de la REAF.*

Art. 5: *Que se utilice el emblema del MERCOSUR en las identidades gráficas de los Sellos de la Agricultura Familiar que se desarrollen en los Estados Partes, como forma de promover la identidad común de la Agricultura Familiar del MERCOSUR.*

Por lo tanto Argentina impulsó, a partir de esta decisión la discusión interna para su creación con estos mismos objetivos. En julio del 2015, aprobó su sello.

En el marco de la REAF y dentro de las discusiones llevadas adelante por el Grupo Temático de Facilitación de Comercio, los sistemas de compras públicas de alimentos a la Agricultura Familiar Campesina e Indígena fueron definidos como una oportunidad de inclusión y un canal de comercialización para los productos del sector.

En dicho ámbito han venido desarrollándose “Programas de intercambio de experiencias sobre modelos de gestión de política de compra públicas de la agricultura familiar” donde participan los cuatro en la siguiente proporcionalidad: 4 participantes: 1 de la SDER, 1 SAF, y dos representantes de las organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina e Indígena. El primer intercambio se realizó visitando la experiencia de Ecuador y el segundo la de Chile. Dichos países tienen legislación específica para las compras públicas y han mejorado sus sistemas de políticas públicas

para el sector y las organizaciones se han fortalecido. Los representantes de los países participantes, visitaron la región de O'Higgins para conocer la experiencia y el trabajo de la Cooperativa Coopeumo, Chile. Actualmente la Sección Nacional Argentina propuso incluir una nueva apertura basada en la presentación de la modalidad local de la compra pública a la AF por parte de los Estados Municipales.

Otra instancia supranacional es el Frente Parlamentario contra el Hambre de América Latina, del cual forman parte también países de América Latina que no integran el Mercosur como Costa Rica, Cuba y Colombia. Entre los temas prioritarios de la comisión de agricultura estarán la creación de una herramienta regional para promover mecanismos de compras de alimentos procedentes de la agricultura familiar, así como la gobernanza responsable de la tierra, los recursos pesqueros y los bosques en el contexto de seguridad alimentaria y nutricional.

En el marco del mismo, se están proponiendo instancias de armonización legislativa a nivel de América latina. Una de las iniciativas en Argentina, y en la cual participó e INTA, es el proyecto recientemente ingresado al Congreso nacional en ambas cámaras (julio 2015) de un proyecto de creación de un Fondo Nacional para Compras a la Agricultura Familiar cuyas finalidades serían las siguientes:

- a) Promover mediante los programas y políticas públicas pertinentes las compras de bienes y servicios vinculadas a la agricultura familiar.
- b) Garantizar la colocación de productos de la agricultura familiar en organismos gubernamentales nacionales, provinciales y municipales.
- c) Que las distintas instancias gubernamentales prioricen las compras de alimentos a la agricultura familiar para los programas de alimentación en Hospitales, Escuelas, Comedores Comunitarios, Instituciones dependientes del Sistema Penitenciario Nacional, Fuerzas Armadas y demás Instituciones Públicas dependientes del Estado Nacional.
- d) Mejorar la situación financiera y económica de los agricultores y agricultoras familiares en los procesos de comercialización.

En la fundamentación se expresa que “para complementar las estrategias de promoción y desarrollo de la agricultura familiar, la presente Ley propone la creación de un Fondo Nacional para Compras a la Agricultura Familiar, entendiendo que este contribuirá al crecimiento, desarrollo y sostenibilidad del sector, dado que aborda uno de los problemas de la agricultura familiar que es la comercialización dada la

limitada capacidad de acceso a los mercados por parte de los productores y productoras familiares debido a problemas relacionados con la formalización de las experiencias, las normativas impositivas, previsionales y bromatológicas, así como también, la desigualdad de condiciones para con las grandes cadenas agroalimentarias”.

Asimismo señala que el “Fondo Nacional responde a la Ley 25551 - Régimen de Compras del Estado Nacional y Concesionarios de Servicios Públicos: “Compre Trabajo Argentino”, que establece que la Administración Pública Nacional para la contratación de provisiones y obras y servicios públicos y los respectivos subcontratantes directos otorgará preferencia a la adquisición o locación de bienes de origen nacional”. Para su instrumentación se prevé la creación de un fideicomiso y la utilización de las sedes del Banco Nación.

> Normativa aplicable (nacional)

En general la normativa de índole nacional aplicable a las compras públicas a la AF y a la ESS, se enmarcan en aquellas referidas a la transparencia en la gestión pública y está regida fundamentalmente por:

- ❑ Ley de Responsabilidad Fiscal Nº 25.152.
- ❑ Decreto de Mejora de la Calidad de la Democracia y sus Instituciones (Nº 1172/03).
- ❑ Decreto de Compras y Contrataciones (Nº 436/00).
- ❑ Decreto de Régimen de Transparencia de la Oferta Pública Nº 677/01.
- ❑ Código Alimentario Argentino - Ley 18.284 y modificatorias.

http://www.anmat.gov.ar/alimentos/normativas_alimentos_caa.asp

- ❑ Ley Federal de Carnes - Ley 22.375.

<http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64970/norma.htm>

- ❑ Ley de Marcas y Designaciones - Ley Nº 22.362 del año 1980 y sus modificatorias.
- <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/18803/texact.htm#1>

- ❑ Registro Nacional de la Agricultura Familiar (RENAF) - Resolución 255/07 del MAGyP. http://www.renaf.minagri.gob.ar/documentos/Res-255_07.pdf

Instrumentos de gestión pública disponibles para consulta: existen sistemas que consolidan la información presupuestaria y de identificación de beneficiarios de las políticas sociales implementadas por diversos organismos:

- ❑ Sistema de Información, Evaluación y Monitoreo de Programas Sociales (SIEMPRO).
- ❑ Sistema de Identificación Nacional Tributario y Social (SINTyS).
- ❑ Dirección de Análisis de Gasto Público y Programas Sociales del Ministerio de Economía.

> *Iniciativas en marcha*

El Monotributo Social es una categoría tributaria permanente, creada por el estado nacional con el objeto de facilitar y promover la incorporación a la economía formal de aquellas personas en situación de vulnerabilidad que han estado históricamente excluidas de los sistemas impositivos y de los circuitos económicos.

El Monotributo Social para la Agricultura Familiar con Costo Cero busca facilitar y promover el ingreso de los agricultores familiares a la economía formal. A través del mismo, las familias pueden acceder a una jubilación y cuentan con la cobertura de una Obra Social.

El monotributista agropecuario puede emitir factura oficial (factura de tipo “C”), ser proveedor del Estado, acceder a otros canales de comercialización (venta a comercios e instituciones) e ingresar al sistema previsional (Jubilación).

Pueden inscribirse en esta categoría aquellas personas que estén desarrollando una única actividad económica (ya sea productiva, comercial o de servicios), cooperativas de trabajo y proyectos productivos que lleven adelante grupos de hasta tres integrantes. En todos los casos, debe tratarse de emprendedores en situación de vulnerabilidad social que no generen ingresos anuales superiores a los correspondientes a la categoría más baja del monotributo general. Asimismo, la actividad económica debe ser genuina y estar enmarcada en el Desarrollo Local y la Economía Social, respondiendo al perfil productivo de cada región.

Además del Fondo que se espera crear, se han dinamizado en los últimos años otras instancias tales como las que se promueven desde la Secretaría de Comercio Interior. Entre ellas se encuentran:

- ❑ Red de Comercios de proximidad (RED COMPRAR): Comerciantes pequeños y medianos que se incorporaron a la política de Precios Cuidados.

- Ferias Populares: Promueve el desarrollo de formatos de comercialización alternativos que permitan acercar a los productores y consumidores, estableciendo precios de referencia.
- Súper Mercado Central: Es un nuevo formato de comercialización minorista que se enmarca en la política nacional de descentralización del Mercado Central junto con la administración de precios flexibles.
- Programa de Promoción del Mercado Interno: Promueve el consumo de productos y que se comercializan a través de camiones identificados con los logos de la Red.

También se ha instrumentado la firma de convenios regionales, a partir de los cuales “la Red Com.Pr.Ar” también incorpora a cooperativas de trabajadores, empresas familiares y pymes para que puedan comercializar sus artículos en los comercios de proximidad mediante el seguimiento de precios que implica el programa Precios Cuidados.

Al sumarse la pequeña empresa, los comercios adheridos de la región le ofrecerán al consumidor productos de su zona geográfica, y de este modo se cumple el doble objetivo: fortalecer la producción de la pyme, incrementando su número de ventas, y le ofrece mayor información al ciudadano acercándole los precios de referencia en los productos que consigue en el comercio de su barrio y en muchas de las ferias que apoya el INTA en todo el país.

Más información en: <http://precioscuidados.gob.ar/comprar/index.html>

A nivel Municipal puede reseñarse la iniciativa de la Municipalidad e Bariloche. El Municipio de Bariloche le asigna un rol muy importante al Estado municipal a través de su Carta Orgánica Municipal (COM), en materia de abastecimiento y consumo, al punto que en su artículo 22 establece: “Asegurar a la población la normal provisión de alimentos, combustibles y productos esenciales”.

Puso en funcionamiento un Mercado Municipal Comunitario (MCM), que es una variante de autogestión y liderazgo en la actividad de abastecimiento, acopio razonable y conveniente para el interés colectivo, y constituye un objetivo del Gobierno Municipal para garantizar una cantidad de productos de primera necesidad a precios promocionales, tendiendo a dinamizar el mercado de

producción local y regional, estableciendo condiciones para la distribución de los bienes, así como también criterios solidarios para la ocupación del espacio, y que al mismo tiempo promueva la alimentación sana y saludable, priorizando la adquisición de productos elaborados y/o producidos en función de concretar una propuesta de dieta rica en diversidad y calidad.

El mercado es un Ente Autárquico, administrado por el estado municipal y las organizaciones de productores y consumidores, tiende a concretar una vía de contención efectiva a los efectos no deseados provenientes del mercado privado, generando condiciones equitativas, justas e igualitarias en la producción, distribución y venta de tales productos en favor de la comunidad en general; sea por la prioridad de inserción de los productos locales y regionales al sistema de abastecimiento público de la ciudad, como la eliminación de intermediaciones distorsionantes de los precios (Proyecto de Ordenanza, Bariloche, 2015).

5. ALGUNAS IDEAS PARA SEGUIR TRABAJANDO EN LOS PROYECTOS

> Ampliar la base de alianzas estratégicas: las organizaciones de consumidores

En nuestro país las organizaciones de Defensa de los consumidores son principalmente urbanas y han desarrollado bajo el concepto de defensa frente a los atropellos de las grandes empresas. De hecho, realizan un trabajo de defensa del consumidor, ligado básicamente a precios y a condiciones de venta de los productos y los servicios asociados a los mismos (centralmente: financiamiento, condiciones de entrega, service oficiales, etc.). En algunos casos, también asesoran a consumidores y usuarios acerca de la calidad de productos y/o servicios.

Otro antecedente relevante a los fines del trabajo que realizamos con la agricultura familiar, son las Mutuales y Cooperativas de consumo. Estas organizaciones son de más antigua data y han tenido mayor vinculación con la agricultura familiar. Algunas de ellas siguen funcionando en muchas ciudades y pueblos del interior y podrán constituirse en nodos de consumo de los ByS de la agricultura familiar.

La ESyS considera al consumidor como parte del proceso de comercialización que busca construir procesos más equitativos hacia -entre otros objetivos- la Soberanía Alimentaria. La alianza con este tipo de agrupaciones de “consumidores

responsables”, que se vinculan en modalidades alternativas de mercados, que compran productos y servicios de otros sujetos (pares) de la Economía Social y Solidaria, privilegiando el trabajo decente y el cuidado del ambiente entre otras cosas, abren la posibilidad de construir alianzas significativas ya que buscan consumir a partir de una forma distinta de producir y de trabajar.

El consumo responsable se encuentra asociado a varias estrategias de comercio justo, una modalidad de comercio que promueve un sistema comercial solidario y alternativo al convencional que persigue el desarrollo de los pueblos del sur y la lucha contra la pobreza.

> Ampliar la base de alianzas estratégicas: los gobiernos locales

Como se mencionó anteriormente, a nivel nacional existe una oficina central de contrataciones, mientras que el nivel local se encuentran las Unidades Operativas de Compras (UOC), que son oficinas operativas descentralizadas de compras y contrataciones de la APN. Las mismas dependen de la ONC y funcionan en las sedes locales de diferentes organismos públicos de ámbito nacional, y son quienes planifican y/o ejecutan compras en función de las necesidades, requerimientos técnicos y presupuestos de éstos. En líneas generales, están a cargo de elaborar los pliegos de las licitaciones, definir los criterios de adjudicación, asegurar la firma de los contratos, realizar el control de las compras y contrataciones para verificar el cumplimiento de los contratos, entre otras responsabilidades.

Por otro lado existen en algunas provincias y municipios iniciativas tendientes a redefinir el vínculo entre estado y productores de la AF. Uno de los casos más emblemáticos es el del gobierno de la provincia de Misiones, pero han instrumentado también diversas acciones las provincias de Corrientes y Santa Fe. A nivel municipal, además del Municipio de Bariloche, hay iniciativas en los de Moreno, Cañuelas, Comodoro Rivadavia y San Marcos Sierra entre otros.

> Ampliar el marco de gobernanza y gobernabilidad: la normativa relacionada con la producción, la distribución y el consumo

El sector de la Agricultura Familiar se caracteriza, entre otras cosas, por la complejidad de los procesos sociales y económicos que lo involucran y definen,

particularmente la instancia de la comercialización de sus productos. En este sentido, el rol del Estado -en sus diversas instancias- tiene una importancia insoslayable en la construcción de canales de comercialización alternativos, así como también en la consolidación de aquellas estrategias que los mismos productores vienen realizando, ya que tradicionalmente la normativa aplicable no contempla las características propias de los productores familiares sino las de los grandes comercializadores y terminan siendo un obstáculo importante para el desarrollo del sector (Gonzalez, *et al.*, 2013: 9).

En los últimos años, se han promovido desde distintos niveles del Estado, tanto municipal, como provincial y nacionales, diferentes normativas que comenzaron a tomar en cuenta las características distintivas de los actores de la agricultura familiar, en muchos casos dichas normativas se han construido de manera participativa con los representantes del sector. Entre ellas, es posible destacar, las ordenanzas de habilitación de cocinas domiciliarias en distintas provincias del país, el registro provincial de salas de elaboración de la provincia de Misiones, la habilitación de “tambos-fábrica” en Entre Ríos, y la experiencia de la ASSAL, Agencia Santafesina para la Seguridad Alimentaria, entre otras.

Es alentadora la revitalización que ha adquirido la SENAF, Comisión de Agricultura Familiar del SENASA (Resolución 187/2014), que trabaja en la adecuación y creación de distintas normas nacionales destinadas a los Agricultores Familiares.

En Argentina se encuentra vigente el régimen “Compre Trabajo Argentino”, cuyo objetivo es utilizar el poder de compra del Estado como instrumento de promoción y protección de la industria nacional, con énfasis en las Pymes. Drewes y Rozenwurcel destacan que el régimen obliga a la Administración Pública Nacional, sus dependencias, reparticiones y entidades autárquicas y descentralizadas, empresas estatales y a las concesionarias de servicios públicos “a preferir en sus compras y contrataciones la adquisición y locación de bienes de origen nacional y la contratación de obras y servicios con proveedores locales”. El texto de la norma establece que los proveedores de bienes de origen nacional disponen en las contrataciones de una preferencia del 7% en caso de que la oferta sea realizada por una Pyme o del 5% si la hace una empresa de mayor dimensión. Esta normativa puede también ser aplicable a sujetos que forman parte de los sujetos legalmente reconocidos como parte de la agricultura familiar.

La Ley de Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa tiene algunas disposiciones destinadas a facilitar el acceso a las compras públicas. El “Compre MiPyME” otorga un derecho de preferencia del 5% para igualar la mejor oferta; y

además fija una cuota de “al menos 10% en las licitaciones y concursos relativos a la adquisición de bienes y servicios donde compitan solamente MiPyMES. Y aquellas que ofrezcan precios con una diferencia que no supere en más del 5% la mejor oferta presentada por una “no MiPyME”, deberán ser motivadas para que puedan igualarla”. Al igual que en el caso anterior, dependiendo de la figura jurídica de la AF puede ser aplicable a aquellos que forman parte de los sujetos legalmente reconocidos como parte de la agricultura familiar. Queda aún transitar un largo camino en este sentido.

> Ampliar la oferta “trazable” de la AF

En términos de facilitar el proceso de vinculación entre el estado y la AF, resulta necesario que ambos actores sean capaces de reconocerse como tal. En el caso del Estado, esto no es difícil, pero en el caso de la AF se torna un poco más dificultoso. En este sentido, resultan útiles dos medidas implementadas en los últimos años y que reseñamos brevemente: el Registro Nacional de Agricultura Familiar (ReNAF) y el Sello de la Agricultura Familiar.

La “Ley de Reparación Histórica de la Agricultura Familiar”, en su artículo 6 establece “la obligación por parte de los Agricultores y agricultoras de registrarse de forma individual y asociativa, a los efectos de ser incluidos en la presente ley”.

El Registro Nacional de Agricultura Familiar (ReNAF) fue concebido inicialmente como un instrumento de visibilización de la AF a propuesta del Foro Nacional de Agricultura Familiar. Actualmente el padrón está siendo revitalizado y actualizado en el ámbito del Ministerio de Agricultura como instrumento estratégico para el diseño y la ejecución de las políticas específicas dirigidas a la Agricultura Familiar. De esta manera los productores de la agricultura familiar se constituyen en nuevos sujetos de derecho y pueden acceder a las políticas destinadas al sector.

La Dirección de Registro y Monotributo Agropecuario tiene a su cargo la identificación y acreditación del carácter de agricultor/a familiar de los productores en todo el territorio nacional y el registro es universal y permanente. En cada provincia además hay nodos y Registradores Habilitados.

A partir de febrero del 2015, se suma al INTA como ventanilla a través de las Agencias de Extensión Rural como así también miembros de las organizaciones con las que la institución trabaja. Estableciéndose que los agricultores familiares vinculados a los

programas y proyectos de desarrollo que ejecuta INTA, serán incorporados al Registro Nacional de Agricultura Familiar (ReNAF) por el equipo técnico de los PRETs (Proyectos regionales con enfoque Territorial) en coordinación con los nodos provinciales, quienes son responsables de la capacitación a los técnicos del INTA responsables de las registraciones.

Una vez registrados, los agricultores familiares acceden a una constancia de acreditación (que también puede obtenerse vía web) la cual les permite identificarse como tales con el objeto de acceder a los beneficios que otorga su condición y también a los que se propongan en el marco de la nueva ley.



*Si sos **AGRICULTOR FAMILIAR**, conocé tus derechos.
Inscribite al **RENAF 0-800-333-62497**
o acercate hasta la **AGENCIA de INTA**.*

Otro instrumento que se considera útil a los fines de mejorar la comercialización de los productos de la agricultura familiar, es un sello distintivo. En junio del 2015, el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación a través de la Secretaría de Agricultura Familiar creó el Sello de la Agricultura Familiar mediante la Resolución 419/2015.

El sello “Producto de la Agricultura Familiar” identifica y distingue a productos que son destacados por su calidad, nivel de innovación en tecnologías socialmente apropiadas, promoción de aspectos sociales, culturales, organizativos y de uso sustentable y con responsabilidad sobre los bienes naturales en su proceso de producción.

De esta manera, el estado argentino busca aportar visibilidad, informar y concientizar sobre el significativo aporte de la agricultura familiar a la seguridad y soberanía alimentaria de nuestro pueblo. “De esta manera, estas producciones pueden ser preservadas del mercado concentrador y revalorizadas a través del sello que valida sus protocolos de producción” (Laugero, MAGyP, 2015). La resolución 119/2015 señala que este sello tiene por objetivos:

- Visibilizar y promover el aporte del sector a la seguridad y soberanía alimentaria de nuestro pueblo y su reconocimiento como proveedor de alimentos para la mesa de los argentinos y argentinas.

- Promover y difundir la calidad y originalidad de los productos de la agricultura familiar y sus condiciones sociales, culturales y naturales de producción, elaboración, transformación y comercialización.
- Impulsar la incorporación de atributos simbólicos y de identidad cultural como elementos de diferenciación y valorización de los productos de la agricultura familiar.
- Difundir, promocionar y promover nuevos canales de comercialización y puntos de venta y brindar posibilidades de reconocimiento por parte del consumidor de la calidad y las características de estos productos.

Junto al sello, se instituye por resolución la creación de un premio que destaca esta modalidad de producción ante el universo de consumidores. Se busca así otorgar un distintivo especial a la producción de la agricultura familiar que presenta atributos característicos de valor social, económico, cultural y natural.



La resolución también establece que el Ministerio a través de la Secretaría de Agricultura Familiar otorgará el sello y el premio que lo acompaña “a cooperativas, asociaciones de productores y otras personas jurídicas sin fines de lucro, con el exclusivo objeto de diferenciar aquellos productos autorizados. El cumplimiento de los requisitos de uso -generales y particulares- que establezca la autoridad de aplicación será responsabilidad directa de la organización involucrada”. En cuanto a los plazos, se establece el uso temporario de dos años para el producto seleccionado.

La resolución ministerial crea una Comisión Asesora del sello que se conformará con representantes del Consejo de la Agricultura Familiar, Campesina e Indígena. La Comisión deberá elevar al Ministro Carlos Casamiquela en un plazo de 90 días (noviembre 2015), la propuesta de reglamentación y uso del sello y reglamento de otorgamiento del premio.

> **Ampliar la oferta de “calidad distinguible” de la AF**

Otro elemento que resulta necesario en una estrategia de comercialización y se torna imprescindible en el caso de que los bienes o servicios se refieran a alimentos, es la calidad. Este concepto puede estar relacionado con una diversidad de características o atributos de productos y/o procesos pero necesariamente incluyen la inocuidad como elemento central. Entre las estrategias que pueden desarrollarse tendientes a ampliar la oferta con calidad distinguible, se encuentran: el diseño e implementación de buenas prácticas a través de protocolos verificables, las certificaciones y las marcas (como la marca colectiva) y/o denominaciones de origen/indicaciones geográficas.

Una de las estrategias más promovida por el INTA en los últimos tiempos, la constituyen las “Buenas Prácticas”, ya sea que se trate de buenas de prácticas de producción o de manufactura; ya sea que estén incluidas en procesos de certificación más formales o que formen parte de un proceso organizativo de los mismos productores.

La creación de sistemas participativos que garanticen la calidad e inocuidad de los productos alimenticios de la AF constituye una herramienta válida y legítima de certificación para la Agricultura Familiar. Entre estos sistemas, se encuentran los Sistemas Participativos de Garantía (SPGs). Para su implementación se requiere la elaboración de pautas y protocolos ad hoc que los productores deben cumplir, y cuyo cumplimiento es garantizado mediante metodologías de evaluación participativa que incluyen a todos los actores interesados, incluso el Estado. En los procesos de certificación participativa necesariamente participan los núcleos de productores, conjuntamente con redes locales de la sociedad civil, técnicos de instituciones vinculadas con el sector productivo, y los consumidores. Entre todos estos actores, conforman un sistema de seguimiento establecido y validado colectivamente.

Una experiencia emblemática es la del Municipio de Bella Vista, Corrientes. En el año 2009, se sanciona la Ordenanza 919, que establece la certificación agroecológica a partir de un sello otorgado por el Consejo de Garantía Participativa de Productores Agroecológicos. El sistema de certificación consiste en la realización de visitas cruzadas a los predios agroecológicos por parte de productores, organismos públicos y consumidores, en donde se evalúa la correcta aplicación de los criterios de certificación formulados (Gonzalez, *et al.*, 2013: 43).

También pueden mencionarse en este grupo la “marca colectiva”. Según lo consigna

el MDS, “se trata de una marca especialmente creada para identificar los productos elaborados por grupos de artesanos y emprendedores”. El MDS al incorporarse a esta iniciativa, brinda asistencia técnica en el diseño visual de la marca y asesoramiento legal para los trámites de registro en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial. Acompañadas por el INTA y nucleadas en la CUM (Comunidades Unidas de Molinos) unas 300 familias rurales de Seclantás y Molinos desde 2013 tienen una marca colectiva reconocida por el MDS que les permite comercializar con una identidad común productos comestibles, artesanías y ropa.



Más información en: <http://www.desarrollosocial.gob.ar/tramitemarca>

Otro instrumento muy utilizado en el sector agroalimentario, son la Denominación de Origen (DO) y la Indicación Geográfica (IG). Ambas “constituyen herramientas que permiten diferenciar y hacer distinguible la calidad de un producto agrícola o alimentario vinculada con su origen geográfico”. El potencial de los productos ligados al origen radica en su calidad determinada, que es resultado de la combinación de recursos naturales y técnicas o prácticas de producción locales relacionadas con la historia y la cultura (FAO, 2010). Los dos productos actualmente reconocidos han sido también acompañados por el INTA.

- ❑ Denominación de Origen Salame de Tandil.
- ❑ Denominación de Origen Chivito Criollo del Norte Neuquino.

Más información en: <http://www.alimentosargentinos.gob.ar>

> Ampliar los volúmenes comercializados y llegar a más lugares, el desafío de la logística

Siempre se dice que la producción no es un problema en término de cantidades. Sin embargo, poder reunir y colocar comercialmente grandes volúmenes constituye un desafío para el sector de la AF.

La característica de una producción atomizada y dispersa, implica necesariamente el diseño y puesta en práctica de sistemas de cosecha, poscosecha, transporte, fraccionamiento y distribución minorista que sean innovadores, flexibles, democráticos y equitativos.

El volumen comercializado es entonces consecuencia de estos sistemas y no necesaria y solamente un efecto de la productividad en el campo.

En un país tan vasto como la Argentina y con el 70% de la población concentrada en las cinco principales ciudades. La logística constituye un elemento central; sobre todo porque su desarrollo ha estado ligado a las grandes empresas o las grandes marcas. Existen experiencias ligadas a empresas nacionales nacidas en el interior del país, como la de ARCOR, que pueden servir de inspiración para estos nuevos modelos organizacionales. Recientemente, los acuerdos establecidos en el marco de la Red Comprar y el ferrocarril Belgrano Cargas constituyen otra oportunidad a tener en cuenta.

6. HERRAMIENTAS DISPONIBLES EN EL INTA

El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria -INTA- es un organismo de ámbito nacional con presencia en las cinco ecorregiones de la Argentina (Noroeste, Noreste, Cuyo, Pampeana y Patagonia), a través de una estructura que comprende: una sede central, 15 centros regionales, 6 centros de investigación, 53 estaciones experimentales, 16 institutos de investigación, y más de 300 Unidades de Extensión.

Además cada Experimental cuenta con una Cooperadora y forman parte del grupo otras dos entidades privadas: INTeA S.A. y la Fundación ArgenINTA. Todas ellas se suman para conformar el Grupo INTA. El grupo ha crecido a partir de la diversificación de sus estrategias de relacionamiento e inserción institucional, y también participa en emprendimientos como Biofábrica Misiones S.A. o INCUINTA.

Actualmente pueden rescatarse básicamente diversos tipos de estrategias e instrumentos con las cuales el INTA aborda las compras públicas la agricultura familiar, tanto desde la reflexión como desde la acción.

Por un lado, existe a nivel territorial un ámbito cuasi local: los Proyectos Regionales con Enfoque Territorial (PRETs). Por otro, los programas nacionales, entre los que se encuentra el Programa nacional para el Desarrollo y la Sustentabilidad de los Territorios, del cual forma parte el proyecto específico de Mercados y Estrategias comerciales reunido con el proyecto específico de tramas, valorización y patrimonización en un ámbito integrador, que promueve la articulación entre ambos y con otras instancias. A su vez el Programa tiene con fuertes vínculos con los Centros de Investigación, especialmente con el Centro de Investigación para la Agricultura Familiar (CIPAF) y con los institutos de Prospectiva y Políticas Públicas y de Economía y Sociología.

A nivel central, dependiendo de la Dirección Nacional se encuentra la Coordinación Nacional de Transferencia y Extensión que co-coordina con los Centros Regionales el Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (ProFeder). Actualmente, el ProFeder permite a través de: 523 Grupos del programa Cambio Rural implementado junto al Ministerio de agricultura apoyar técnicamente a más de 5.200 pequeños y medianos emprendedores agropecuarios; a través de 120 proyectos Minifundio y 105 proyectos PROFAM contribuir a mejorar la calidad de vida de casi 15.000 familias de productores familiares; a través de 56 proyectos integrados y 108 proyectos de apoyo al desarrollo local que involucran más de 20.000 participantes promover y fortalecer instancias de desarrollo local en los territorios; y a través del Programa Pro-Huerta implementado junto al Ministerio de Desarrollo Social trabajar junto a unas 3.011.000 personas en la autoproducción de alimentos saludables.

Como parte del grupo, la Fundación ArgenINTA apoya y complementa el accionar institucional. Dentro de su ámbito, funciona la Unidad Integrada de Apoyo a Iniciativas Rurales (UNIR) que constituye un emprendimiento conjunto para apoyar, a través de los sistemas de extensión, a los actores del sector agroalimentario y agroindustrial en las temáticas de comercialización, financiamiento, mejora y diferenciación de productos.

Dentro del Grupo, también se encuentra INTeA una sociedad anónima creada con el fin de facilitar y fortalecer los procesos de innovación tecnológica, especialmente aquellos basados en conocimientos y tecnología susceptibles de ser protegidos y comercializados bajo sistemas de protección de la propiedad intelectual.

En relación específicamente a las compras públicas, el INTA en tanto organismo público nacional tiene la particularidad de ser un ente descentralizado con autarquía y autonomía. Ello implica que tiene su propio reglamento de contrataciones y su propio registro de proveedores (ProvINTA).

Requisitos del proveedor para contratar con el INTA:

Al momento de presentar su oferta el proveedor deberá acreditar:

- Inscripción en el ProvINTA (registro de proveedores del INTA).
- Certificación de libre deuda previsional.
- Certificado Fiscal para Contratar con el Estado emitido por la AFIP (para contrataciones superiores a los \$ 50.000).
- Inscripción en la AFIP.
- Inscripción en la Cuenta Única del Tesoro (condición imprescindible para poder realizar el pago al proveedor).

Por más información:

Contactarse con las Agencias, las Experimentales o Unidades del INTA más cercanas.

A lo largo y a lo ancho del país, el INTA desarrolla múltiples actividades en las cuales se cristaliza el esfuerzo de incluir a diversos actores de la agricultura familiar, de la ESYs y a la institucionalidad local.

7. RECURSOS FÁCILMENTE ACCESIBLES QUE PUEDEN RESULTAR ÚTILES

En el sitio “Alimentos Argentinos” del MAGyP:

Se ofrece una Guía que integra y detalla los trámites necesarios para registrar establecimientos y productos alimenticios envasados para la venta al público en el mercado interno (con tránsito provincial y/o federal), así como también, para la importación y exportación de dichos productos. La Guía está concebida como un

servicio y confeccionada en forma de “árbol de decisión” por lo que si quien la consulta pretende comercializar sus productos, tiene claramente descripta la secuencia de trámites que se requieren para obtener las habilitaciones e inscripciones.

Requisitos para habilitar establecimientos de elaboración de alimentos:

Liliana Aliaga; Gladis Huesa; Betina Mauricio y Silvana Quizama. CR Patagonia Norte. INTA. 2011. Contiene información general e información específica para la provincia de Río Negro.

Disponible para bajar en:

http://inta.gob.ar/documentos/requisitos-para-habilitar-establecimientos-de-elaboracion-de-alimentos/at_multi_download/file/Establecimientos_2011.pdf

Normativas vinculadas a los procesos de producción y comercialización de la agricultura familiar urbana y periurbana:

Edgardo González; Camila Gómez; Mariana Moricz . - 1a ed. - Buenos Aires: Ediciones INTA, 2013. E-Book. ISBN 978-987-679-221-9

Disponible para bajar en:

http://inta.gob.ar/documentos/normativas-vinculadas-a-los-procesos-de-produccion-ycomercializacion/at_multi_download/file/INTA_Normativas%20vinculada%20a%20proc.%20de%20prod.%20y%20comerc.%20de%20la%20AF.pdf

Ley de Marca Colectiva - Ley Nº 26.355:

<http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/135000-139999/138933/norma.htm>

<http://www.renaf.minagri.gob.ar/>

Dirección de Registro y Monotributo Agropecuario:

Av. Paseo Colón 922 (3º of. 341) | C.A.B.A. | Argentina

E-mail: ryma@magyp.gob.ar | Tel.: (011) 4349-26328

8. PARA SEGUIR PENSANDO

Los cambios institucionales y normativos graduales tendientes a implementar políticas públicas inclusivas en la Argentina abren una ventana de oportunidades a la agricultura familiar. Reinstalan una modalidad de colaboración entre las organizaciones de la sociedad civil y los organismos del estado y entre los propios organismos entre sí, que permite diseñar y/o adecuar procedimientos y estándares a realidades nacionales, provinciales y locales.

En este camino la Ley de Reparación Histórica a la Agricultura Familiar sancionada en 2014 y aún en vías de instrumentación, crea el Consejo Nacional de la Agricultura Familiar dependiente de Jefatura de Gabinete del Ministerio, a partir del cual se ejecutan en forma integrada las políticas para el sector. Entre sus premisas normativas, la ley contiene aspectos referidos a la registración de los agricultores familiares, el acceso y uso de los recursos naturales y genéticos, la formación integral, la investigación, el financiamiento, la creación de la Cadena Nacional de Comercialización, el fomento a las Compras Públicas y la creación del Sello de la Agricultura Familiar. Estos últimos son aspectos en los cuales se ha avanzado durante el año 2015.

Otra particularidad del contexto actual, la constituye el hecho de que se han diseñado e instrumentado desde el estado nacional en conjunto con las provincias, políticas públicas amplias y variadas en relación a la promoción y apoyo de procesos de comercialización que incluyen en condiciones de mayor equidad a productores y consumidores. Entre ellas se encuentran principalmente la de “Precios Cuidados” y la de la “Red Comprar”, ambas en el ámbito de la Secretaría de Comercio Interior del Ministerio de Economía. Las instancias⁴ consolidadas o generadas a partir de ambas, también han tenido como actor estratégico a la Agricultura Familiar en su dimensión de Economía Social y Solidaria, a su vez que han permitido visibilizar la problemática y fortalecer estrategias de comercialización y consumo en torno a la Seguridad y Soberanía Alimentaria.

El involucramiento de organismos como el INTA, posibilita ajustar y profundizar estas acciones de política pública, integrando distintos niveles y organismos del Estado, tanto en la escala nacional como provincial y municipal entre sí y con una gran

4: Ferias de productores, ferias de huerteros, mecanismos de intermediación solidaria, almacenes populares, nodos de consumidores, cooperativas de consumo, mercados populares, redes de mercado justo entre otras.

cantidad y diversidad de organizaciones de la sociedad civil -gremiales, sociales y políticas-. Este esfuerzo mancomunado y organizado hace posible encarar en toda su dimensión el proceso económico de producción, distribución y consumo en términos de acceso, uso y/o consumo y distribución de los bienes y servicios que en él se generan. Actividades como la post cosecha, el acondicionamiento, el fraccionamiento, el acopio, la distribución mayorista y minorista, la circulación a corta y larga distancia (aspecto especialmente importante para los productos que provienen de la economías regionales) y finalmente el consumo y la relación con el consumidor, resultan instancias a abordar estratégicamente en su conjunto, si la agricultura familiar va a acceder efectivamente a una porción significativa del mercado.

9. GLOSARIO

- ❑ Red Especializada de la Agricultura Familiar (REAF - Mercosur).
- ❑ FONAF Federación de Organizaciones de la Agricultura Familiar (FONAF) organización gremial.
- ❑ FORO de Organizaciones de la Agricultura Familiar en el que había participación público privada.
- ❑ Monotributo Social Agropecuario a costo cero: a través de un Convenio con el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación que comparte los costos con el Ministerio de Agricultura (2011).
- ❑ Registro Nacional de Agricultura Familiar (ReNAF): instrumento de visibilización de la AF propuesto por el Foro Nacional de Agricultura Familiar. Actualmente revitalizado en el ámbito del Ministerio de Agricultura como instrumento estratégico para el diseño y la ejecución de las políticas específicas dirigidas a la Agricultura Familiar.

10. FUENTES DE CONSULTA

- ❑ Ley Nacional 27.118/2015 de Reparación histórica de la Agricultura Familiar.
- ❑ Resolución SAGPyA N° 255/07. Creación del ReNAF.
- ❑ Resolución 419/2015 Creación del Sello de la Agricultura Familiar.

- Ley 25.380 - Indicación Geográfica y Denominación de Origen de productos agrícolas y alimentarios.
- Ley 25.966 - Modificatoria de la Ley Nº 25.380.
- Decreto reglamentario 556/2009 - Reglamenta la Ley 25.380 y su modificatoria.
- Resolución 587/2010 - Registro de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen de productos agrícolas y alimentarios.
- Resolución 546/2010 - Aprobación de signos distintivos.

11. BIBLIOGRAFÍA

- Caracciolo, Mercedes; Dumrauf, Sergio, González, Edgardo; Moricz, Mariana y Real, A. (2012). “Modalidades alternativas de comercialización en la agricultura familiar: entre el supermercadismo y la soberanía alimentaria”, VI Jornadas Nacionales de Investigadores de las Economías Regionales “Economía Social y Solidaria: Experiencias, Saberes y Prácticas”, FCS-UBA, Buenos Aires.
- Caracciolo, Mercedes. Estudio de los Consumidores de la Feria de la Agricultura Familiar Manos de la Tierra Aportes para la construcción de la Economía Social y Solidaria. Ediciones INTA CABA 2012. Pp 21-22.
- Drewes y Rozenwurce. Las PyMES y las compras públicas. Agosto 2012. Argentina.
- González, Edgardo; Gomez, Camila; Moricz, Mariana. Normativas vinculadas a los procesos de producción y comercialización de la Agricultura Familiar Urbana y Periurbana. Ediciones INTA, 2013. CABA Pp 9 y 43.
- Proyecto de Ordenanza (2015) Municipalidad de San Carlos de Bariloche, Bariloche. Disponible en:
[http://www.concejobariloche.gov.ar/proyectos/Proyecto%20829-15%20Creaci%C3%B3n%20del%20Mercado%20Comunitario%20Municipal%20y%20Ente%20Aut%C3%A1rquico%20para%20el%20Abastecimiento%20P%C3%BAblico%20\(EAAP\).pdf](http://www.concejobariloche.gov.ar/proyectos/Proyecto%20829-15%20Creaci%C3%B3n%20del%20Mercado%20Comunitario%20Municipal%20y%20Ente%20Aut%C3%A1rquico%20para%20el%20Abastecimiento%20P%C3%BAblico%20(EAAP).pdf)
- Viteri, María Laura y Karol, Ana. Las múltiples formas de las interacciones entre la Sociedad Civil y el Estado. La potencialidad de la compra pública para proveer de productos lácteos frescos a los adultos mayores argentinos, 2015.
- Instituto Argentino para el Desarrollo Sustentable (IADS) Diseño de Campaña de Comunicación e Información Compras Públicas Sustentables para el MERCOSUR, Septiembre de 2008, Argentina.

CONTACTOS:

Erika Zain El Din | e-mail: zaineldin.erika@inta.gov.ar

Sergio Dumrauff | e-mail: dumrauff.sergio@inta.gov.ar

Mariana Moricz | e-mail: moricz.mariana@inta.gov.ar



Ministerio de
Agricultura, Ganadería y Pesca
Presidencia de la Nación

Estación Experimental Agropecuaria Famaillá

Ruta Provincial 301 - Km 32

(4132) Famaillá - Tucumán - ARGENTINA

E-mail: eeafamailla@inta.gov.ar

Web: www.inta.gov.ar/famailla