



CAMINO AL BICENTENARIO DE LA DECLARACION DE LA INDEPENDENCIA

Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria

Centro Regional Tucumán – Santiago del Estero



Ministerio de
Agricultura, Ganadería y Pesca
Presidencia de la Nación



Jornadas Compras públicas sustentables

Buenos Aires, 3 de septiembre de 2015

LAS COMPRAS PUBLICAS COMO OPORTUNIDAD PARA LA AGRICULTURA FAMILIAR y COMO PARTE DE UNA POLITICA PUBLICA PARA EL DESARROLLO NACIONAL

Erika Zain El Din.

*Programa Nacional para el Desarrollo y la
Sustentabilidad de los Territorios*

**Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria**

Centro Regional Tucumán – Santiago del Estero



**Ministerio de
Agricultura, Ganadería y Pesca
Presidencia de la Nación**

Ley Nacional 27.118 de **Reparación histórica de la Agricultura Familiar** (2014)

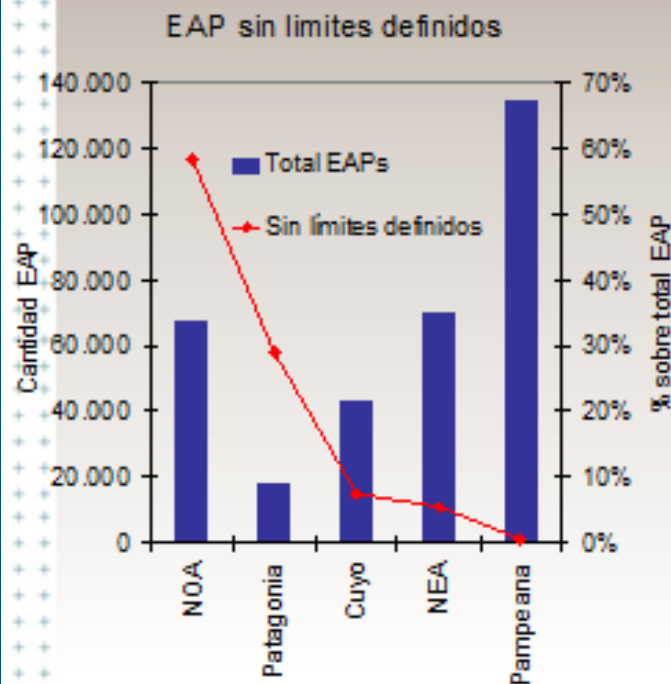
- “Se define como agricultor y agricultora familiar a aquel que lleva adelante actividades productivas agrícolas, pecuarias, forestal, pesquera y acuícola en el medio rural y reúne los siguientes requisitos:
 - a) La **gestión** del emprendimiento productivo es ejercida directamente por el productor 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;

Ley Nacional 27.118 de Reparación histórica de la Agricultura Familiar (2014) cont.

- 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).

Algunos datos

Estructura Agraria: EAP con y sin limites definidos



Sobre datos CNA 2002

EAP			
Total	con límites	sin limites	
333.533	297.425	36.108	12%

Unidades Productivas (EAP) 2002-1988

CNA 2002	CNA 1988	Variación	
333.533	421.221	-87688	-21%

Unidades Productivas (EAP) 2008-2002

CNA 2008	CNA 2002	Variación	
276581	333.533	-56952	-17%

Ocupación de mano de obra por estrato

Mano de Obra Permanente	ESTRATO	Pampeana		Mesopotamia		Chaco	
	1	91.331	35%	55.485	45%	53.086	31%
	2	57.215	22%	27.287	22%	32.338	19%
	3	48.323	19%	16.269	13%	20.590	12%
	4	61.787	24%	21.158	17%	23.451	14%
	Total	258.679	100%	123.553	100%	169.842	100%
	ESTRATO	Norandina		Cuyo		Patagonia	
	1	25.378	28%	28.565	31%	15.091	38%
	2	14.472	16%	21.024	23%	9.186	23%
	3	12.533	14%	22.348	24%	4.560	11%
	4	14.801	16%	13.127	14%	5.284	13%
	Total	91.529	100%	91.542	100%	40.151	100%

INTA-IES. Sobre datos de CNA 2002

Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria

Centro Regional Tucumán – Santiago del Estero



Ministerio de
Agricultura, Ganadería y Pesca
Presidencia de la Nación

Algunos datos

Proporción de EAP



Unidad Cuyo 2014-2015 - Instituto de Economía y Sociología - INTA

Proporción de superficie



Unidad Cuyo 2014-2015 - Instituto de Economía y Sociología - INTA

Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria

Centro Regional Tucumán - Santiago del Estero



Ministerio de
Agricultura, Ganadería y Pesca
Presidencia de la Nación

Que ofrece la AF

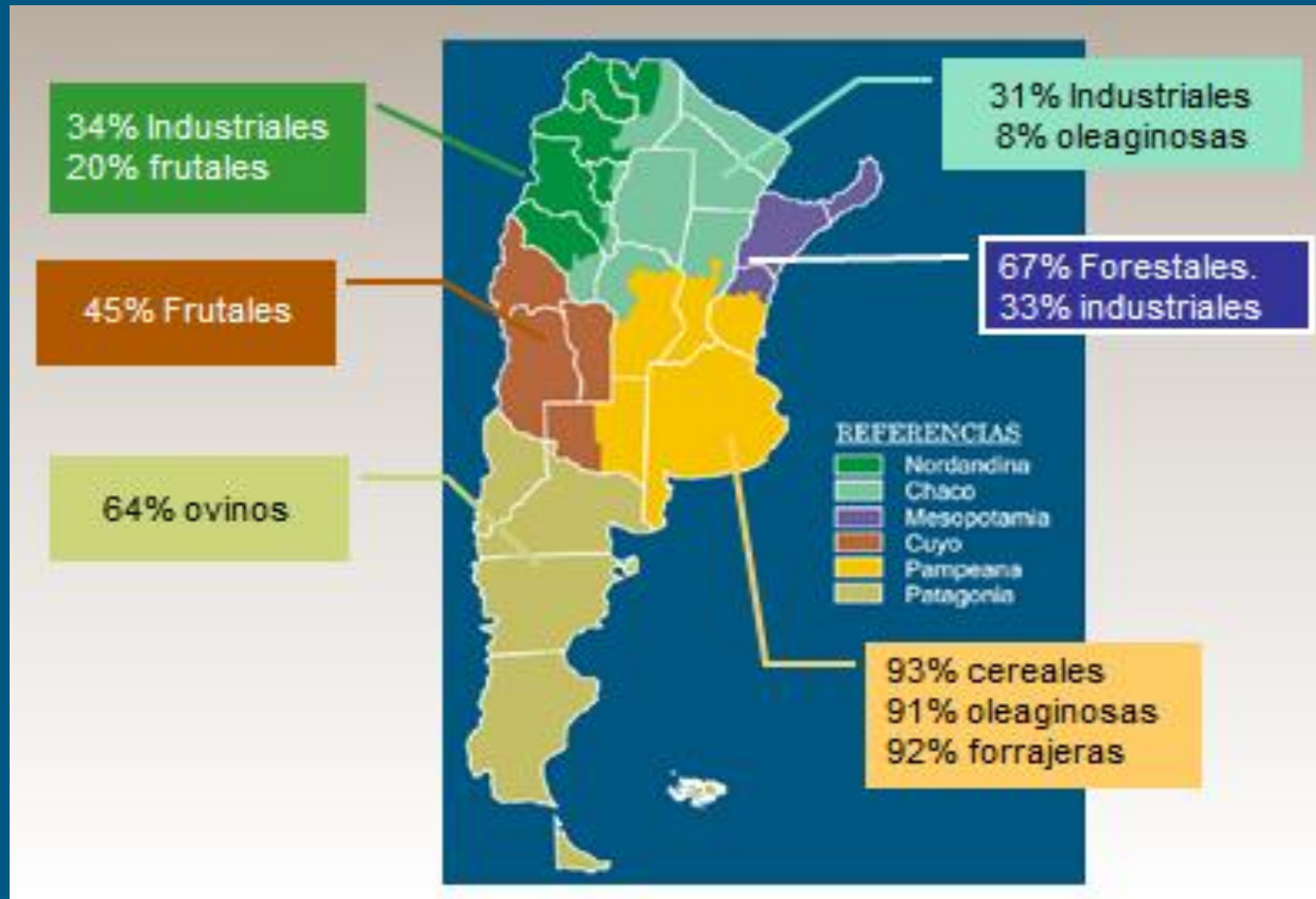
PRODUCTOS / BIENES

- Alimentos frescos
- Alimentos procesados
- Semillas y plantines
- Reproductores y animales en pie
- Artesanías
- Alimento para animales (alfa y balanceado)
- Maderas
- Leña

SERVICIOS

- Asociados al turismo / eventos en áreas rurales
- Alojamiento
- Cabalgatas
- Guias especializadas
- Catering
- Espectáculos folklóricos
- Pastaje
 - Cruzas
 - Carga/ transporte

Que ofrece la AF



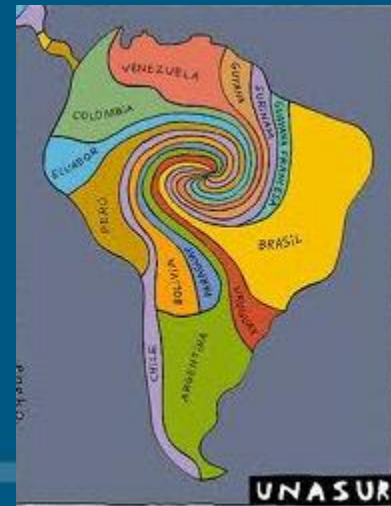
Por qué nos involucramos en este tema

Mandato institucional: Desarrollo con inclusión

La Comercialización es un problema que aparece y es priorizado en los diagnósticos participativos territoriales



- Existe un acuerdo estratégico en la REAF y en UNASUR respecto de las compras públicas



UNASUR

Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria

Centro Regional Tucumán – Santiago del Estero



Ministerio de
Agricultura, Ganadería y Pesca
Presidencia de la Nación

Oportunidades de comercialización para la AF: El Estado como consumidor o como co-gestor del desarrollo

Desarrollo como mejora en la calidad de vida de la mayoría de la población (equidad y menores asimetrías territoriales) y como ampliación de capacidades (territorio competitivo = territorio con competencias)

Co-gestión como abordaje de problemas complejos, co-construcción en la diversidad y aprendizaje colectivo (gobernabilidad y gobernanza)

Las compras públicas como oportunidad para la AF en una estrategia de Desarrollo:

CADENAS CORTAS: AF – CONSUMIDORES

MERCADOS DE PROXIMIDAD: AF-AI-CONSUMIDORES

COMPRAS PUBLICAS:

AF CONSUMIDORES
ESTADO (consumidor/ proveedor)

Qué Característica tiene la oferta de la AF?

Implicancias para la APN:

- Estacionalidad (continuidad)
- Ocupación Territorial
- Diversidad
 - de ByS
 - de Sujetos
- Prefinanciación / Plazos de pago (previsibilidad)
- Descentralización/ Bancarización?
- Caja de Herramientas/ comunicación y pertinencia

Estrategias: Sumar la eficacia a la formalidad y la transparencia

Disminuir las

BARRERAS DE ACCESO y PERMANENCIA

- El tema de la INFORMACIÓN... ACCESIBLE? Lenguajes diversidad y tecnologías
- EL tema del ACCESO... A LA OFICINA? Distancias, costos y tiempos



Fortalecer la

REPRODUCCION FORTALECIDA DE LA AF/ESS

Recursos MATERIALES:

stock vs flujos Disponibles vs “comprables”

Recursos “ENERGETICOS”:

Capacidad de trabajo familiar vs trabajo asalariado

Capital circulante vs relaciones





INVESTIGADORES

- competencias científicas
- articulación interna/ externa
- pertenencia institucional



EXTENSIONISTAS

- competencias formativas
- inserción territorial y articulación interna
- pertenencia institucional

GESTORES

- liderazgo situacional y colaborativo
- visión estratégica
- pertenencia institucional

En todas las provincias y en más 350 ciudades y pueblos de la Argentina

- **Con recursos humanos y estructuras altamente calificados (GRUPO INTA)**
- **Con infraestructura y equipamiento en redes de cooperación**
- **Con capacidad de gestión de recursos, conocimientos y saberes**
- **Con numerosos y diversos vínculos con la “sociedad organizada” y con legitimidad social**



Muchas gracias!

Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria

Centro Regional Tucumán – Santiago del Estero



Ministerio de
Agricultura, Ganadería y Pesca
Presidencia de la Nación

Diseñar un sistema que asegure:

- La participación si bien no es restringida, pero se ve imposibilidad de cumplimiento cuando la contratación no incluye ítems y renglones desglosables para la presentación de pequeñas estructuras de comercialización.
- La adquisición de los pliegos con altos costos, también es limitante al momento de analizar la presentación de los efectores locales y/o sociales.
- Se debe asegurar que los pliegos contengan la posibilidad de dar adelantos, a fin de dar mayores posibilidades de cumplimiento.
- Que las garantías con respecto a los adelantos, se soliciten por ítem y renglones, de manera de poder hacer frente a los costos de las mismas.

- Asegurar llamados por Unidades Operativas de Contrataciones, a fin de poder encontrar proveedores que trabajen con materiales o brinden servicios adaptado a las necesidades del lugar.
- Agilizar los pagos de las contrataciones, con sistemas eficaces, a fin de que el proveedor local o social, se encuentre con la cancelación de los bienes y servicios en forma oportuna.
- Agilizar y diagramar controles necesarios y suficientes, adecuándose a los efectores locales y sociales, de modo de asegurar su participación según los niveles y características de su producción.

Gabutti,S; Samper, S. et al.

Breve análisis del sistema de contrataciones a efectores locales y de la economía social.

Ponencia presentada en el II Congreso Nacional de Administración en el INTA

2010. Mendoza- Argentina.