
**PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE
LAS CAPACIDADES COMERCIALES DE
LOS AGRIGULTORES FAMILIARES DEL
MERCOSUR**

**Programa Alta Formación de Cuadros
Dirigentes de los Países del MERCOSUR**

Proyecto Final



Proyecto Final integrante del Programa Alta Formación de Cuadros Dirigentes de los Países del MERCOSUR

SECTOR
INTEGRACION DEL SECTOR AGRO ALIMENTARIO

TEMA:

**PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES
COMERCIALES DE LOS AGRICULTORES FAMILIARES DEL
MERCOSUR
CASO PILOTO LOS PRODUCTORES DE TOMATE DE URUGUAY**

GRUPO 1

PARTICIPANTES:

Apellido y Nombre	Organización	País
1 Silvina Inés Rivero	SAGPYA	Argentina
2 Rui Valença	FETRAF-SUR	Brasil
3 Lady Carolina Báez Fleitas	MSP Y BS- VRS	Paraguay
4 Mario Piacenza (Coordinador)	MGAP	Uruguay



Índice

1 ABSTRACT.....	2
2 INTRODUCCIÓN	3
3 NECESIDAD DE LA INTERVENCIÓN	7
4 OBJETIVOS	8
5 ORGANIZACIONES COMPETENTES	9
6 BENEFICIARIOS Y GRUPO BENEFICIARIO.....	10
6.1 ESTRATEGIA.....	10
6.2 BENEFICIARIO.....	11
7 MARCO LÓGICO.....	12
8 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	13
8.1 DESCRIPCIÓN DE CADA ACTIVIDAD.....	13
8.2 DIAGRAMA LÓGICO (PERT).....	15
8.3DIAGRAMA TEMPORAL (GANTT).....	16
9 MEDIOS Y COSTOS	17
10 IMPACTO	18
11 REFERENCIAS	19
12 LISTA DE SIGLAS.....	20
13 ANEXOS.....	21
13.1 ANEXO I.....	21
13.2 ANEXO II.....	32
13.3 ANEXO III.....	36
13.4 ANEXO IV.....	38

1 ABSTRACT

En un contexto de integración regional, los agricultores familiares constituyen un sector de la economía regional en crecimiento, dato que puede apreciarse si se toma la participación en los Productos Brutos Internos (PBI) nacionales.

Si bien los agricultores familiares atraviesan numerosos problemas, el acceso de los pequeños productores del MERCOSUR tanto a los mercados nacionales como intra bloque constituye el eje central de la problemática en materia de comercio actual.

En primer lugar, cabe afirmar que los pequeños productores carecen de información y conocimiento suficiente respecto del acceso a los mercados. Es decir que tienen serias dificultades para comercializar sus productos en la denominada cadena de comercialización, dado que la misma cuenta con intermediarios y las mismas empresas agroalimentarias para llegar al consumidor.

En segundo lugar, se ha identificado la falta de sólidas instituciones que brinden asistencia a los pequeños productores sobre lo antes expuesto.

Mismo si los países del MERCOSUR comparten similitudes en lo que respecta a los perfiles de sus agriculturas familiares, el presente trabajo escogió puntualmente la problemática de los pequeños productores de hortalizas en Uruguay.

En ese sentido, el principal objetivo es mejorar la disponibilidad de información del comercio hortícola nacional y su acceso, contribuyendo a una mejor toma de decisiones.

Uruguay cuenta con instituciones serias y responsables que generan las estadísticas nacionales de la economía. Existen también instituciones nacionales que generan las estadísticas de los diversos eslabones de las cadenas productivas. Sin embargo, esa información se encuentra diseminada en diversas páginas, publicaciones e instituciones.

2 INTRODUCCIÓN

1.1 LOS AGRICULTORES FAMILIARES DEL MERCOSUR

En un contexto de integración regional, los agricultores familiares constituyen un sector de la economía regional en crecimiento, dato que puede apreciarse si se toma la participación en los Productos Brutos Internos (PBI) nacionales¹.

Para comprender los lineamientos que sustentan el presente proyecto, entendemos que resulta de importancia describir los alcances del concepto de agricultura familiar (AF) y su consecuente aplicación en cada Estado Miembro, así como ilustrar mediante datos y estadísticas la situación actual y las dificultades que presenta el sector.

Los progresos alcanzados en cada país son diversos, con logros destacables en cuanto a la definición política del concepto de “AF” y su forma de aplicación (presente y futura) a la hora de diferenciar los apoyos de cada uno de los Gobiernos a dicho sector de la agricultura. No sucede lo mismo en cuanto a la estimación de la participación relativa de la AF en el PBI².

Sin perjuicio que metodológicamente, el criterio asumido puede ser discutible, se entendió que éste proceso de cuantificar el aporte de la Agricultura Familiar Campesina a la economía general de los países y a la economía sectorial, permitiría avanzar en la caracterización de tipologías comparables de Agricultores Familiares en los países de la Región.

Específicamente la labor desarrollada en el ámbito de la Reunión Especializada de Agricultura Familiar (REAF)³, concretamente en el subgrupo de facilitación del comercio, ha generado avances en cuestiones específicas, si bien resulta un desafío alcanzar consensos entendiendo las realidades de cada país.

Si bien las políticas sectoriales a nivel nacional se encuentran en desarrollo, la creación de la REAF en el ámbito del MERCOSUR colocó al sector nuevamente en las agendas agrícolas.

¹ Ver anexo I

² Ver anexo I

³ Reunión Especializada de Agricultura Familiar de los países del MERCOSUR. Es un grupo ad hoc que forma parte del Grupo Mercado Común (GMC).

Como ejemplo de ello, el Grupo Mercado Común (GMC) aprobó a fines de septiembre de 2007 la Resolución GMC NRO.25/07 Relativa a “Directrices para el Reconocimiento e Identificación de la Agricultura Familiar en el Mercosur”⁴, a fin de establecer una definición común y un registro identificadorio para los agricultores familiares.

Es importante destacar que según dicha definición, son también parte de la Agricultura Familiar, los productores/as rurales sin tierra, los beneficiarios/as de los procesos de reforma agraria o programas de acceso y permanencia en la tierra, como también las comunidades de productores/as que hacen uso común de la tierra.

Esta definición implica un reconocimiento tácito de la existencia de este sector de la agricultura regional, lo cual contribuye al mismo a reposicionarse y le permite ingresar en foros y ámbitos de discusión y decisión que antes no tenía.

A su vez, cabe resaltar que dentro del Consejo Agropecuario del Sur (CAS), ámbito regional donde se reúnen los Ministros de Agricultura del MERCOSUR ampliado (más Chile y Bolivia), en oportunidad de la reunión de Montevideo de noviembre de 2006, se estableció la Declaración 01(XI –2006), en la cual se enfatiza entre otras cosas la importancia de la agricultura y las familias rurales y la necesidad de generar políticas sectoriales y acceso a la educación permanente.

El acceso de los agricultores familiares del MERCOSUR tanto a los mercados nacionales como intra bloque constituye el eje central de la problemática en materia de rentabilidad de la actividad agrícola.

En función de lo expuesto, es importante identificar un sector puntual de la agricultura familiar y brindar la capacitación adecuada de acuerdo a las particularidades y realidades de la región. Mismo si los países del MERCOSUR comparten similitudes en lo que respecta a los perfiles de sus agriculturas familiares, con el fin de acotar el objeto de estudio, estimamos oportuno llevar a cabo una experiencia piloto en uno de los cuatro países que integran el bloque. Dado que tanto Brasil como Argentina son países de gran tamaño y su forma de estado es federal, buscamos un país relativamente menor en extensión, para el cual se disponga de información fehaciente y estadísticas actuales, contando a su vez con una producción importante, nucleados en asociaciones con fuerte presencia y poder de negociación. Paraguay, si bien tiene dimensiones menores que ambos países, nos encontramos con la dificultad de acceder a información.

⁴ Ver Anexo II

La decisión cae en Uruguay ya que existe mayor información disponible para el objeto de estudio. De esta forma, seleccionamos a los pequeños productores de hortalizas de Uruguay⁵.

1.2 DEFINICIÓN DE URUGUAY DE AGRICULTOR FAMILIAR

Son productores familiares rurales quienes cumplen, simultáneamente, con los siguientes requisitos:

- a) explotan hasta 500 hectáreas CONEAT 100, bajo cualquier forma de tenencia;
- b) pueden contratar hasta dos asalariados permanentes o su equivalente en jornales zafrales;
- c) el ingreso bruto agropecuario no supera cierto valor (a definir), a la vez que constituye un aporte importante (a definir) al ingreso bruto familiar total; y
- d) residen en el predio o en localidades cercanas al mismo.

1.3 EL SECTOR HORTÍCOLA EN URUGUAY:

A nivel nacional el subsector granjero abarca varias producciones de muy distintas características, comprendiendo la Horticultura, Fruticultura, Avicultura, Suinicultura, Apicultura, Cunicultura, Floricultura y otros cultivos y producciones menores. A la actividad granjera se dedican el 20% de los predios del país (aproximadamente 11.000), si bien ocupan solamente el 0.5% de la superficie explotada, debido al carácter intensivo de la producción. La importancia social de la granja se manifiesta en la medida en que el 46% de los predios de 1 a 20 hectáreas y el 21% de los de 20 a 50 hectáreas desarrollan esta actividad.

El subsector se encuentra orientado principalmente al abastecimiento del mercado interno. Si bien la granja origina el 14.1% (sin incluir citrus) del VBP agropecuario, contribuye con el 1,2% (sin incluir citrus) del total de las exportaciones agropecuarias del país.

⁵ Ver anexo III

En los últimos años y en algunos rubros específicos se nota una tendencia a revertir esta situación, orientando la granja su actividad hacia los mercados externos. Tales son las experiencias de exportación piloto a Argentina y Paraguay realizadas por diversos grupos de productores y al establecimiento de oficinas comerciales en Brasil como la realizada por ALIMUR y URUCAL, y promovidas por el MGAP.

En lo que respecta al sector hortícola puntualmente, aproximadamente 40.000 hectáreas son destinadas a esta actividad anualmente, siendo los cultivos más importantes: papa, boniato, tomate, morrón, hortalizas de hoja (lechuga, acelga, espinaca), frutilla y melón.

Se pueden caracterizar dos sistemas de producción: el primero, que se desarrolla en los departamentos del Norte (Salto y Bella Unión) y la horticultura de estación, ubicada principalmente en el sur del país (Montevideo y Canelones).

El patrón de desarrollo tecnológico más reciente en la horticultura, ha repercutido en la reducción del área de cultivo y el número de productores (generalmente más pequeño), con el consecuente aumento de la productividad por superficie, por lo cual el abastecimiento interno no se ha visto resentido.

Simultáneamente se comienza a generar en el país un nuevo tipo de explotación granjera, mas especializada, tecnificada y más empresarial, asociada a procesos de industrialización y exportación de la producción.

En el caso de hortalizas, los mayores volúmenes procesados corresponden a tomate y papa. En el caso de papa, el 89% aproximadamente se destina a la elaboración de papas fritas.

3 NECESIDAD DE LA INTERVENCIÓN

En primer lugar, cabe afirmar que los agricultores familiares tienen serias dificultades para comercializar sus productos en la cadena de comercialización, dado que la misma cuenta con intermediarios y las mismas empresas agroalimentarias para llegar al consumidor. Gradualmente, los agricultores familiares fueron perdiendo poder de contratación en la cadena de comercialización. Además, existen normativas y barreras comerciales/sanitarias que afectan el flujo de comercio de los productos de la agricultura familiar, escaso o nulo poder negociador de compra y venta. Esto puede verse reflejado en los bajos precios de los productos de la agricultura familiar, lo cual impacta directamente en los ingresos económicos, de la población objetivo.

En segundo lugar, se ha identificado la falta de sólidas instituciones que brinden asistencia a los agricultores familiares sobre lo antes expuesto. Se percibe cierta falta de información relativa a legislación nacional y regional sobre requisitos técnicos (comerciales, sanitarios y fitosanitarios) para los productos de la agricultura familiar. Adicionalmente, tanto las burocracias nacionales (cancillerías, ministerios de agricultura, entes sanitarios provinciales y nacionales) como las regionales (órganos del MERCOSUR) contribuyen a la desinformación sobre operatividad en el comercio de este sector.

Los problemas que hemos detectado justifican la necesidad de capacitar en el know how que implica profesionalizar a un sector primario a fin de proyectarlo y hacerlo competitivo. En esta línea, se observa que existen características desleales de comercialización que de alguna forma impactan en la proyección comercial de los productores, obligándolos a simplemente producir y trabajar con los intermediarios en función de sus intereses y sin capacidad de negociación sobre el precio.

En el caso puntual de los agricultores familiares uruguayos, los mismos han conseguido importantes avances tecnológicos y de expertise nucleándose en asociaciones y cooperativas, compartiendo experiencias y desafíos comunes⁶.

⁶ Ver anexo IV

4 OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Fortalecer las capacidades comerciales de los agricultores familiares de los países del MERCOSUR, para que los mismos tengan un acceso más amplio a los mercados nacionales y al mercado regional.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Conformar una red de apoyo que capacite a los agricultores familiares, específicamente de los productores de hortalizas de Uruguay, teniendo por objeto:

- brindar orientación sobre los procedimientos y exigencias legales, sanitarias y fitosanitarias para la comercialización (mercado interno y internacional).
 - Promocionar y difundir de información con el objeto de organizar la oferta y la demanda de productos hortícolas, dotando de información oportuna a la población objetivo.
 - Brindar las herramientas técnicas necesarias para la gestión comercial de su producto. Elaborar y difundir informes técnicos, comerciales, estadísticos, etc., así como brindar apoyo técnico y jurídico sobre el tema de acceso al mercado.

5 ORGANIZACIONES COMPETENTES

Red de apoyo: dicha entidad será constituida con la finalidad de fortalecer las capacidades comerciales de los agricultores familiares. La figura jurídica que dará el marco para su correspondiente institucionalización es la de una asociación civil sin fines de lucro.

Cooperativa de pequeños productores de tomate del Uruguay: dicha entidad será la encargada de recepcionar la capacitación antes mencionada. La misma apuntará a la dirigencia a fin de fortalecer sus conocimientos sobre la comercialización y los mercados.

MERCOSUR (REAF): a los efectos de consultar información específica del sector, se podrá consultar al Subgrupo de Facilitación del Comercio de la REAF.

El GFC es un espacio de discusión y análisis de las problemáticas que atraviesa el sector, contando con una variada participación de los diferentes actores de la sociedad civil sobre los cuales se plasman propuestas e iniciativas concretas sobre la agricultura familiar de la región.

6 ESTRATEGIA Y GRUPO BENEFICIARIOS

6.1 ESTRATEGIA.

En primer lugar, evidenciamos que el sector de las hortalizas es muy amplio, si bien los distintos productos comparten los problemas para acceder al mercado y la misma falta de información. En ese sentido, fue necesario identificar un producto que funcione como caso piloto a fin de poder extender sus resultados y alcances a otros productos hortícolas. De esta forma, se estaría otorgando sustentabilidad al proyecto, permitiendo su continuidad en el tiempo a través de la continuidad en la capacitación.

De esta forma, se seleccionó un proyecto piloto puntualmente relativo a los agricultores familiares de tomate del Uruguay. Aquí se tomó la cooperativa COPRONE dado que la misma es una organización sólida dentro del sector, que ha realizado importantes avances y que pertenece a un cultivo que nuclea a los productores más pobres dentro de los agricultores familiares.

A través de la red de apoyo se intentará fortalecer las capacidades de los dirigentes de esta cooperativa facilitando la información y herramientas necesarias para poder tomar decisiones comerciales y comercializar sus productos.

A fin de asegurar el éxito del proyecto, deben ponerse en práctica dos estrategias de manera articulada:

- a) Con el objeto de mejorar las relaciones y condiciones comerciales de los agricultores familiares, una condición importante es el acceso a la información. Es decir, cómo utilizarla, tanto para inversión o formación y calificación técnica, como para lograr que cuando la cooperativa oferte sus productos, tenga conocimiento y dominio de todos los pasos necesarios.
- b) Actualmente las transacciones comerciales se realizan de manera virtual, como por ejemplo bolsa de valores de mercaderías a futuro, donde difícilmente es realizada la concreción o movimiento físico de los productos. Es importante que los agricultores tengan un espacio de referencia física para obtener información y orientación. Por ello, resulta esencial constituir una oficina en el sentido

comercial, pero fundamentalmente en la simbología que tiene esta estructura en la relación con el agricultor y también con el mercado.

De manera general, podemos sostener que el pequeño agricultor todavía no posee las herramientas suficientes para trabajar de forma organizada exclusivamente virtual.

6.2 BENEFICIARIOS

Podemos decir que en principio, los beneficiarios directos son los agricultores asociados a la cooperativa, las ochenta y ocho familias de productores de tomate. De esta forma indirecta, muchas familias serán beneficiadas, con la transferencia de conocimiento que se producirá con el proyecto, que funcionará como un laboratorio donde se van a producir experiencias.

La mayor contribución del proyecto será para las organizaciones de agricultores familiares –cooperativas, asociaciones, sindicatos- que desean mejorar sus condiciones de relaciones comerciales de los pequeños productores agrícolas.

Si bien el proyecto se aboca a una organización cooperativa, el mismo tiene por función ser el inicio de un proceso de construcción de una red amplia que va a beneficiar a millones de pequeños agricultores de todo el MERCOSUR.

7 MARCO LÓGICO

MARCO LOGICO

	LOGICA DE INTERVENCION	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	FUENTE DE VERIFICACION	HIPOTESIS
OBJETIVO GENERAL	Fortalecer las capacidades comerciales de los agricultores familiares de los países del mercosur, para que los mismos tengan un acceso más amplio a los mercados nacionales y al mercado regional			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	Conformar una red de apoyo que capacite a los agricultores familiares (productores de hortalizas de Uruguay).			No existe a nivel regional ningún tipo de organismo que brinde apoyo técnico y jurídico sobre el tema de acceso al mercado por los agricultores familiares.
RESULTADOS	R1: Red de apoyo implementada y con estado jurídico definido (organismo sin fines de lucro)	Actividades de capacitación realizadas entre la red de apoyo. Numero de consultas realizadas por los agricultores familiares	Registro oficial de los organismos sin fine de lucro. Registro de las actividades de la red de apoyo.	No existe ningún tipo de ente que reúna la información requerida por los agricultores familiares para comercializar sus productos.
	R2: Dirigentes de las cooperativas de productores familiares y agricultores familiares capacitados sobre el tema del acceso al mercado	Numero de agricultores familiares capacitados	Lista de presencia en los cursos de capacitación	
	R3: Material didactico desarrollado en los cursos	Manual de capacitación impreso	Documento con firmas de los agricultores que avalen la entrega del material	
	R4: mayores ingresos financieros para los agricultores familiares como consecuencia de la capacitación	agricultores con mayor disponibilidad de recursos	Documentos de contabilidad de ingresos de los agricultores familisres.	

8 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

8.1 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Crear la red de apoyo que fortalezca las capacidades de los técnicos de la cooperativa de productores de tomate de Canelones en tema de acceso al mercado.

A. Fase preparatoria

1. Constituir equipo técnico. Identificación de 10 técnicos de la cooperativa de productores de tomate de Canelones que serán objeto del programa de fortalecimiento. Selección de 3 docentes que realizarán el programa de fortalecimiento.
2. Elaboración de los términos de referencia.
3. Compra de equipamiento de oficina.
4. Alquiler de espacio físico.

B. Fase de capacitación

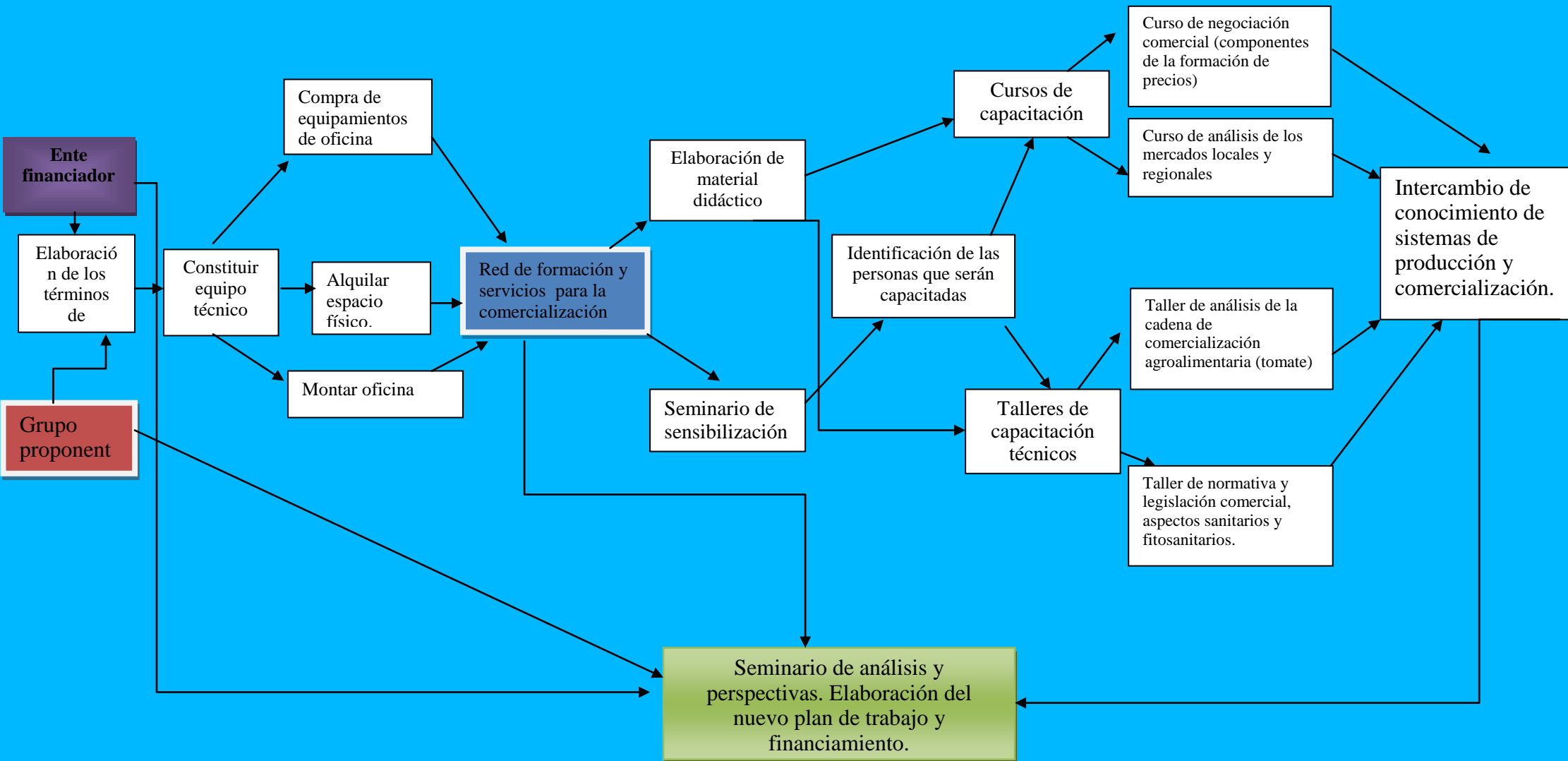
1. Seminario de sensibilización
2. Preparación del material didáctico
3. Realización de cursos
 - a. negociaciones comerciales (componente de la formación de precios)
 - b. análisis de los mercados locales y regionales
4. Realización de talleres de capacitación
 - a. Taller de análisis de la cadena de comercialización agroalimentaria.
 - b. normativa y legislación comercial, aspectos sanitarios y fitosanitarios.
5. intercambio de conocimiento de sistemas de producción y comercialización.

Conocer la cadena agroalimentaria para la producción de hortalizas en Uruguay y en otros países del MERCOSUR

C) Fase de implementación

En esta fase los técnicos realizan acciones de capacitación de los agricultores de la cooperativa

8.2- DIAGRAMA DE PERT



9 MEDIOS Y COSTOS

<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	Monto total en Dólares Americanos
Equipo técnico	Una responsable/secretaria) Dos instructores técnicos.	\$ 7,800,00
Mobiliario de oficina	Mesas, sillas, ficheros, etc.	\$ 1000,00
Equipamientos	Dos computadores	\$3.000,00
Materiales de oficina	Papel, lápiz, tóner, etc.	\$1.200,00
Pago de servicios	Agua, luz, teléfono	\$ 2.000,00
Alquiler de oficina	Una sala con dos ambientes	\$3.600,00
Seminario I	Alimentación para 30 personas	\$450,00
Dos cursos	10 personas, 4 días, alimentación y hospedaje.	\$2000,00
Talleres técnicos	10 personas, 4 días, alimentación y hospedaje.	\$2000,00
Intercambio técnico	12 personas, 4 días	\$4.800,00
Seminario II	. Alimentación para 30 personas	\$450,00
Alquiler salón para seminarios, oficinas y cursos	150 \$ por día equipado por 10 días	\$1,500,00
Total		\$29.800,00

10 IMPACTO

A los fines de cuantificar el impacto del presente proyecto, hemos estimado el mismo en tres niveles:

- Un proyecto de referencia para los agricultores familiares y sus organizaciones del bloque económico del MERCOSUR, con capacidad técnica para prestar servicios de calidad en las operaciones de comercialización.
- La cooperativa de los productores de tomate, contará con las condiciones de comercializar sus productos en el mercado interno de los países del MERCOSUR, con la seguridad de todas las etapas del proceso de comercialización.
- Los agricultores mejorarán las relaciones comerciales, con una institución que les brinde información y los asesora sobre las empresas que actúan en el sector de la comercialización. Mayor posibilidad de comercialización con nuevos canales virtuales de los contactos de la red.
- Mejores condiciones de vida de las familias, sea en el aspecto financiero, con mayores posibilidades e información y aumento de los ingresos, como en el aspecto social, mayor conciencia de organización colectiva.

11 REFERENCIAS

Libros:

- “REAF, Reunión Especializada sobre agricultura familiar, MERCOSUR, Primer Ciclo”, Programa Regional del FIDA para el MERCOSUR, diciembre de 2006.
- “Los pequeños productores en la República Argentina. Importancia en la producción agropecuaria y el empleo en base al Censo Nacional Agropecuario 2002”, en: Serie Estudios e Investigaciones, IICA, Buenos Aires, 2006.

Artículos:

- IV REAF y Seminarios preparatorios. “Estimación del Producto Bruto Interno de la agricultura familiar en el MERCOSUR”, Montevideo, noviembre de 2005.
- “Proyecto fortalecimiento comercial de los productores de hortalizas de La Escobilla, Florida”, Intendencia Municipal del Florida, Montevideo, s.d.

Páginas web:

- www.mag.gub.uy
 - www.uruguayrural.gub.uy
 - www.sagpya.gov.ar
 - www.mercosur.org
-

12 LISTA DE SIGLAS

• AF	AGRICULTURA FAMILIAR
• ALIMUR	ALIMENTOS DEL URUGUAY
• CAS	CONSEJO AGROPECUARIO DEL SUR
• CAMM	COMISIÓN ADMINISTRADORA DEL MERCADO MODELO
• COPRONE	COOPERATIVA DEL NORTE DE CANELONES
• DIEA	DIRECCIÓN DE ESTADÍSTICAS AGROPECUARIAS
• DGSSAA	Dirección General de Servicios Agrarios
• GFC	Grupo de Facilitación de Comercio.
• GMC	Grupo Mercado Común.
• Hás.	Hectáreas.
• IMM	Intendencia Municipal de Montevideo.
• JUNAGRA	Junta Nacional de la Granja.
• MERCOSUR	Mercado Común del Sur.
• MGAP	Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca.
• REAF	Red Especializada de la Agricultura Familiar.
• VBP	Valor Bruto de la Producción.

13 ANEXOS

13.1 ANEXO I

A los efectos de simplificar la observación de dichos progresos en términos comparativos entre los 4 Miembros Plenos del MERCOSUR, se ha entendido conveniente mostrar los conceptos generales por país:

ARGENTINA

Criterios adoptados

- ❖ El productor o socio trabaja directamente en la explotación.
- ❖ No posee trabajadores no familiares remunerados permanentes.
- ❖ Hay un límite en la superficie total de la explotación que permite realizar la producción con base a su trabajo directo, el de su familia y el de personal contratado transitoriamente, que varía según regiones (entre 500 y 5.000 hás.).
- ❖ Hay un tope en la dimensión de dos grandes actividades productivas – agricultura y ganadería – medido por medio de la superficie cultivada y las unidades ganaderas, establecido para cada una de las regiones agroecológicas del país (entre 25 y 500 hás. Y hasta 500 UG).
- ❖ Se excluyen expresamente las Sociedades Anónimas y las Sociedades en Comandita por considerarse formas jurídicas de tipo empresarial.

Estratificación

- ❖ El productor o socio trabaja directamente en la explotación.
- ❖ No posee trabajadores no familiares remunerados permanentes.

- ❖ Hay un límite en la superficie total de la explotación que permite realizar la producción con base a su trabajo directo, el de su familia y el de personal contratado transitoriamente, que varía según regiones (entre 500 y 5.000 hás.).
- ❖ Hay un tope en la dimensión de dos grandes actividades productivas – agricultura y ganadería – medido por medio de la superficie cultivada y las unidades ganaderas, establecido para cada una de las regiones agroecológicas del país (entre 25 y 500 hás. Y hasta 500 UG).
- ❖ Se excluyen expresamente las Sociedades Anónimas y las Sociedades en Comandita por considerarse formas jurídicas de tipo empresarial.

Cuantificación de la población que cumple con los criterios mencionados

- ❖ Los trabajos de procesamiento de información y control de consistencia de los resultados alcanzados aún no han concluido, pero a la vista de trabajos anteriores que han manejado algunos de los criterios referidos es posible ubicar el universo en el eje de las 150.000 a 200.000 explotaciones, a los que hay que sumar 75.000 a 100.000 hogares sin tierra, completando una población para los 3 estratos que se ubicaría en el eje de las 250 mil familias.

BRASIL

Criterios adoptados

- ❖ La persona que trabaja en establecimientos rurales dirigido por la familia a cualquier título.
- ❖ El establecimiento utiliza predominantemente trabajo familiar.
- ❖ El área del establecimiento no supera los 4 módulos fiscales.
- ❖ La renta familiar es originaria predominantemente de la explotación agropecuaria y no agropecuaria del establecimiento.
- ❖ La residencia de la familia es en el establecimiento o en aglomerados rurales o urbanos próximos al mismo.

- ❖ Son contemplados en el grupo los pescadores artesanales, acuicultores, extrativistas, quilombolos, indígenas y silvicultores.

Estratificación

- ❖ Categoría A, asentados de la reforma Agraria.
- ❖ Categoría B, hasta R\$ 2.000 de renta bruta anual y mano de obra familiar.
- ❖ Categoría C, R\$ 2.000 a 14.000 de renta bruta anual y mano de obra familiar.
- ❖ Categoría D, R\$ 14.000 a 40.000 de renta bruta anual y hasta 2 personas contratadas.
- ❖ Categoría E, R\$ 40.000 a 60.000 de renta bruta anual y hasta 2 personas contratadas.

Cuantificación de La población que cumple con los criterios mencionados

- ❖ 4,1 millones de familias.

PARAGUAY

Criterios adoptados

- ❖ La producción es desarrollada en explotaciones con menos de 50 hás. De superficie total, a cualquier título.
- ❖ La mano de obra contratada temporalmente en las explotaciones para desarrollar la producción no supera los 10 trabajadores.

Estratificación

- ❖ Agricultor Familiar Campesino Minifundista, con 0,1 hás. A 10 hás.
- ❖ Agricultor Familiar Campesino Pequeño , con 10,1 hás. A 20 hás.
- ❖ Agricultor Familiar Campesino Mediano, con 20,1 hás. A 50 hás.

Cuantificación de La población que cumple con los criterios mencionados

- ❖ Las categorías mencionadas involucran algo más de 290 mil familias, a las que se suman otras 12 mil familias de productores sin tierra.

URUGUAY

Criterios adoptados

- explotan hasta 500 hectáreas CONEAT 100, bajo cualquier forma de tenencia;
- pueden contratar hasta dos asalariados permanentes o su equivalente en jornales zafrales⁷;
- el ingreso bruto agropecuario no supera cierto valor (a definir), a la vez que constituye un aporte importante (a definir) al ingreso bruto familiar total; y
- residen en el predio o en localidades cercanas al mismo.

Estratificación

⁷ Se considera que 250 jornales anuales equivalen a un trabajador permanente.

- ❖ Complementando la condición general de AF, para cada especialización productiva principal, se determinan límites de superficie del predio que definen el universo.
- ❖ En la práctica el universo sería restringido por un par de criterios que son la constancia de residencia y la confirmación de que la explotación es la ocupación principal de un integrante de la familia a través de la planilla de BPS.

Cuantificación de la población que cumple con los criterios antes mencionados

- ❖ La población encuadrada dentro de los límites establecidos por los criterios generales y las áreas máximas por especialización productiva, alcanza a las 39 mil familias, a las que deben sumarse algo más de 5 mil familias que declaran producción de autoconsumo.

Sin perjuicio que metodológicamente, el criterio asumido puede ser discutible, se entendió que éste proceso de cuantificar el aporte de la Agricultura Familiar Campesina a la economía general de los países y a la economía sectorial, permitiría avanzar en la caracterización de tipologías comparables de Agricultores Familiares en los países de la Región.

Específicamente la labor desarrollada en el ámbito de la REAF, concretamente en el subgrupo de facilitación del comercio, ha generado avances en cuestiones específicas, si bien resulta un desafío alcanzar consensos entendiendo las realidades de cada país.

En esta línea, se formó un equipo de trabajo encargado de analizar e investigar el comercio intrabloque de productos provenientes de la Agricultura Familiar, cabe citar por ejemplo, tomate, lácteos, cebolla, carne porcina y maíz, en ese ámbito de estudio se analizarán también las trabas arancelarias y no arancelarias existentes. Por razones de obtención de información para nuestro estudio, tomamos aquellos datos que cubrían a la casi totalidad de los países, seleccionando: tomate, cebolla y maíz.

Cuadros de producción por país:

ARGENTINA

PRODUCTOS	PRODUCCION (Tn)		
	2003	2004	2005
TOMATE	1.100.000	1.100.000	1.100.000
MAIZ	15.044.529	14.950.825	20.482.572
CEBOLLA	645.000	645.000	650.000

BRASIL

PRODUCTOS	PRODUCCION (Tn)		
	2003	2004	2005
TOMATE	3.709.000	3.516.000	3.453.000
MAIZ	48.327.000	4.178.800	35.113.000
CEBOLLA	1.230.000	1.158.000	1.138.000

PARAGUAY

PRODUCTOS	PRODUCCION (Tn)		
	2003	2004	2005
TOMATE	67.421	69.451	68.850
MAIZ	1.055.536	1.120.000	830.000
CEBOLLA	11.825	18.534	10.600

URUGUAY

PRODUCTOS	PRODUCCION (Tn)
	promedio trienio
TOMATE	46.152
MAIZ	35.681
CEBOLLA	226.333

Cuadros de Exportación e Importación por país:

ARGENTINA

PRODUCTOS	EXPORTACION (Tn)			IMPORTACION (Tn)		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
TOMATE	13.655	11.802	5.822	21.886	7.129	7.592
MAIZ	1.214.678	1.173.591	1.348.497	3.595	4.245	5.744
CEBOLLA	30.051	36.982	32.148	258	7.678	1.114

BRASIL

PRODUCTOS	EXPORTACION (Tn)			IMPORTACION (Tn)		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
TOMATE	102.000	71.000	45.000	51.000	28.000	36.000
MAIZ	3.920.000	5.315.000	1.430.000	796.000	347.000	602.000
CEBOLLA	7.000	9.000	5.000	267.000	299.000	265.000

PARAGUAY

PRODUCTOS	EXPORTACION (Tn)			IMPORTACION (Tn)		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
TOMATE	844	167	SIN DATO	11.422	22.440	18.276
MAIZ	805.424	370.246	SIN DATO	3.192	7.344	4.719
CEBOLLA	SIN DATO	SIN DATO	SIN DATO	SIN DATO	SIN DATO	SIN DATO

URUGUAY

PRODUCTOS	EXPORTACION (Tn)	IMPORTACION (Tn)
	promedio trienio	promedio trienio
TOMATE	94	15
MAIZ	7	103.083
CEBOLLA	1.326	1.149

Cuadros de consumo aparente por país:

Argentina

PRODUCTOS	CONSUMO APARENTE (Tn)		
	2003	2004	2005
TOMATE	1.108.231	1.095.327	1.101.770
MAIZ	13.833.446	13.781.479	19.139.819
CEBOLLA	615.207	615.696	618.966

Brasil

PRODUCTOS	CONSUMO APARENTE (Tn)		
	2003	2004	2005
TOMATE	3.658.000	3.473.000	3.444.000
MAIZ	45.204.000	36.820.000	34.285.000
CEBOLLA	1.490.000	1.448.000	1.398.000

Paraguay

PRODUCTOS	CONSUMO APARENTE (Tn)		
	2003	2004	2005
TOMATE	6184	6.114	9.501
MAIZ	SIN DATO	SIN DATO	SIN DATO
CEBOLLA	SIN DATO	SIN DATO	SIN DATO

Uruguay

PRODUCTOS	CONSUMO APARENTE (Tn)

	promedio trienio
TOMATE	46.073
MAIZ	329.416
CEBOLLA	35.504

Proporción de agricultores familiares sobre el total de productores:

Argentina

PRODUCTO	% prodAF
Tomate	34,1
Maíz	14,6
Cebolla	35,5

Paraguay

PRODUCTO	% prodAF
Tomate	43,8
Maíz	43,4
Cebolla	74,8

Uruguay

PRODUCTO	% prodAF
Tomate	88
Maíz	88
Cebolla	76

Paraguay, si bien tiene dimensiones menores que ambos países, nos encontramos con la dificultad de acceder a información.

La decisión cae en Uruguay ya que existe mayor información disponible para el objeto de estudio. De esta forma, seleccionamos a los pequeños productores de hortalizas de Uruguay.

13.2 ANEXO II

MERCOSUR/GMC/RES N° 25/07

DIRECTRICES PARA EL RECONOCIMIENTO E IDENTIFICACIÓN DE LA AGRICULTURA FAMILIAR EN EL MERCOSUR

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, la Decisión N° 20/02 del Consejo del Mercado Común y la Resolución N° 11/04 del Grupo Mercado Común.

CONSIDERANDO:

Que es necesario establecer y perfeccionar políticas públicas diferenciadas para la Agricultura Familiar, que promuevan el desarrollo sustentable del medio rural desde el punto de vista socioeconómico, cultural y ambiental.

Que resulta conveniente promover la producción y facilitar el comercio de los productos de la Agricultura Familiar.

Que los productos originados en el sector tienen una participación relevante en la seguridad alimentaria de la región y en las cadenas agro productivas de los países del bloque.

Que resulta necesario contar con instrumentos adecuados de reconocimiento e identificación de Agricultores/as Familiares, que permitan que las políticas públicas para el sector lleguen efectivamente a los destinatarios, reconociendo a tales efectos en igualdad de condiciones a las mujeres y los hombres rurales.

EL GRUPO MERCADO COMÚN

RESUELVE:

Art. 1 – Los Agricultores/as destinatarios de las políticas públicas diferenciadas dirigidas al sector de la Agricultura Familiar serán aquellos cuyos establecimientos cumplan, como mínimo, con todos y cada uno de los siguientes criterios:

- I) la mano de obra ocupada en el establecimiento corresponderá predominantemente a la familia, siendo limitada la ocupación de trabajadores contratados.
- II) La familia será responsable directa de la producción y gestión de las actividades agropecuarias y residirá en el propio establecimiento o en una localidad próxima.
- III) Los recursos productivos utilizados serán compatibles con la capacidad de trabajo de la familia, con la actividad desarrollada y con la tecnología utilizada, de acuerdo con la realidad de cada país.

Son también parte de la Agricultura Familiar, siempre que se respeten los criterios enumerados supra, los productores/as rurales sin tierra, los beneficiarios/as de los procesos de reforma agraria o programas de acceso y permanencia en la tierra, como también las comunidades de productores/as que hacen uso común de la tierra.

Art. 2 – Se implementará en cada uno de los Estados Partes un sistema nacional de registro voluntario de Agricultores/as Familiares. Dicho sistema deberá asegurar la identificación tanto de los hombres como de las mujeres de la Agricultura Familiar, independientemente de su estado civil.

Art. 3 – Los Organismos Nacionales competentes para la implementación de la presente Resolución son:

Argentina: Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca - SAGPyA

Brasil: Ministerio do Desenvolvimento Agrario - MDA

Paraguay: Ministerio de Agricultura y Ganadería - MAG

Vice ministerio de Agricultura

Uruguay: Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca - MGAP

Art. 4 – Cada Estado Parte deberá informar a la REAF de las políticas públicas diferenciadas que aplica al sector de Agricultura Familiar. Dicha información consolidada de todos los Estados Partes será elevada anualmente por la REAF al GMC.

Art. 5 – La aplicación de estas políticas públicas diferenciadas no podrá constituirse en barreras al comercio entre los Estados Partes.

Art. 6 – Los Estados Partes deberán incorporar la presente Resolución a sus ordenamientos jurídicos internos antes del 31/III/08.

LXIX GMC – Montevideo, 27/IX/07

13.3 ANEXO III

EL SECTOR HORTICOLA DEL URUGUAY

Horticultura

Aproximadamente 40.000 hectáreas son destinadas a esta actividad anualmente, siendo los cultivos más importantes: papa, boniato, tomate, morrón, hortalizas de hoja (lechuga, acelga, espinaca), frutilla y melón.

Se pueden caracterizar 2 sistemas de producción: el primor, que se desarrolla en los departamentos del Norte (Salto y Bella Unión) y la horticultura de estación, ubicada principalmente en el sur del país (Montevideo y Canelones).

Las áreas con cultivos protegidos, en crecimiento año tras año, acompañan esta distribución espacial de la horticultura. Según encuestas realizadas por JUNAGRA, la superficie de invernáculos supera las 300 hectáreas, siendo los principales departamentos Salto (49%), Artigas (28%) y Canelones (19%). Otros departamentos son: Montevideo, Colonia y San José con un 4% del total

El uso del riego también se encuentra en franco crecimiento, y principalmente asociado a los sistemas más intensivos de producción.

El patrón de desarrollo tecnológico más reciente en la horticultura, ha repercutido en la reducción del área de cultivo y el número de productores (generalmente más pequeño), con el consecuente aumento de la productividad por superficie, por lo cual el abastecimiento interno no se ha visto resentido.

Simultáneamente se comienza a generar en el país un nuevo tipo de explotación granjera, mas especializada, tecnificada y más empresarial, asociada a procesos de industrialización y

Industria Procesadora Hortifrutícola

La agroindustria hortifrutícola hasta el momento no ha podido desarrollarse en todo su potencial para contribuir el crecimiento del Sector Granjero.

Realizan esta actividad unas 120 pequeñas y medianas empresas ubicadas principalmente en el sur del país. La mayoría se dedican a procesamiento de mermeladas y dulces, siguiendo en orden de importancia las que industrializan tomate, choclo, arvejas y duraznos en almíbar, y un reducido número de empresas se dedican al abrillantado y glaseado de frutas, pickles y escabeches, papas fritas, jugos, deshidratados, congelados y comidas preparadas.

La mayoría de las materias primas que se procesan son de origen nacional.

En el caso de tomates, arvejas y choclos también se importa materia prima semielaborada: tomate concentrado, arvejas deshidratadas, arvejas congeladas y granos de choclo congelados.

En el caso de durazno, debido a que se importa mucho durazno en almíbar, las industrias que realizaban este procesamiento se están dedicando más a la elaboración de mermeladas.

En el caso de hortalizas, los mayores volúmenes procesados corresponden a tomate y papa. En el caso de papa, el 89% aproximadamente se destina a la elaboración de papas fritas.

En otras hortalizas (acelga, brócoli, cebolla, coliflor, espárrago, espinaca, chaucha, maíz dulce y frutilla) se destaca la importancia del congelado que está en aumento desde 1991.

La competencia con productos provenientes del exterior ha aumentado la exigencia de la demanda interna estimulando las industrias hacia una mejora de la gestión tecnológica y marketing, pero también la apertura comercial ha puesto actualmente a disposición de los industriales materia prima del exterior de mejor calidad y a menor precio que la nacional.

Es posible vislumbrar que asociado a un desarrollo exportador de la granja, se puedan identificar programas de abastecimiento de materias primas nacionales a la agroindustria hortifrutícola con los excedentes de exportación.

13.4 ANEXO IV

Testimonios de pequeños productores de la Cooperativa:

Juan Pittamiglio, un hombre de 54 años vive con su familia (su señora, su hijo menor y su mamá) en una casa bastante precaria, con partes de la construcción hechas de chapa. Contó que desde siempre vivió en el campo y le encanta la vida allí a pesar del enorme sacrificio que requiere. En su campo de 5 hás cosecha, con ayuda de su señora, boniato, cebolla y tomate. Está muy contento con el plan "porque da muchas facilidades para trabajar": da pequeños créditos a pagar con tomate y ha mejorado las condiciones de los caminos. Resaltó el transparente manejo de los fondos de la cooperativa y los beneficios de trabajar en equipo: "Al ser cantidad se pueden ir a discutir los precios", dijo. A su criterio el plan está generando mejores condiciones para los productores: "para el que tenga ganas de trabajar está lindo", concluyó.

Bruno Falero, de 54 años, un productor vecino de Juan (ubicado más de un km aproximadamente) también contó su visión del plan. Para él, lo principal son los créditos que se pueden pagar con cosecha, gracias a lo que pudo implementar un sistema de riego (lo cual es muy importante para la zona dado que no hay agua corriente). Por otro lado, se manifestó bastante desconforme con los precios obtenidos, ya que para él "siguen siendo muy bajos", lo que obliga a sus hijos a tener que salir a hacer "changas" por la zona porque sino el dinero no da. Parecía estar cansado por el sacrificio que involucra la vida allí, aunque dispuesto a seguir luchándola sumándose a nuevos emprendimientos como éste.

Oscar Hernández, de 48 años, que vive en su predio de 6,5 hás junto a su señora y sus dos hijos. Allí planta cebolla, tomate y boniatos y cuida de los animales que tiene (un chanco, una vaca y gallinas). Comercializa el tomate y la cebolla por el plan y el boniato lo vende en el Mercado Modelo. El resto lo usa para el consumo interno. Según dijo, casi el 60% de lo que consume su familia lo generan ellos mismos, lo cual los ha salvado del hambre en los períodos malos "cuando no hay ni un peso".

En cuanto al plan, señaló que lo más importante es tener asegurada la colocación de la mercadería. Asimismo, destacó lo bueno de los préstamos, en los que no entró este año porque se enteró tarde.

Oscar contó de las dificultades de la vida en el campo pero resaltó que lo que más le preocupa es la imposibilidad de que sus hijos continúen estudiando. Su hija mayor terminó 6° año en el liceo de San Jacinto y ahora no sabe qué va a hacer: está viendo todas las alternativas pero "está difícil". Esta preocupación fue también mencionada por otro de los productores.

En primer lugar, fomentamos la agrupación porque las experiencias de proyectos de ayuda para el desarrollo rural anteriores nos llevaron a la siguiente conclusión: los gastos realizados en los pequeños emprendimientos individuales terminan en el fracaso y no así, los colectivos. Esto es así porque hay una especie de jerarquización de la fuerza al ser un colectivo organizado. Por ello, nosotros intentamos generar un ambiente que facilite la agrupación de los productores pobres, como paso inicial en un proceso más ambicioso que va a tender a mejorar la renta de los mismos.

Es importante aclarar que las agrupaciones las logra la gente, nosotros sólo facilitamos las herramientas para que eso se de. En algunos casos, lo hacemos pagando un técnico social que sirva de vínculo para hacer una síntesis de lo que precisa ese grupo. A partir de esos diagnósticos desarrollamos planes productivos agropecuarios que tendrán objetivos distintos según lo que se planifique.

De todas formas, el fin último de todos los planes es combatir la tendencia del mercado capitalista que daña al más pequeño y concentra la riqueza en los más grandes. La combatimos uniendo a los productores, logrando que no sean sólo tomadores de precios de materia prima, al generar su participación integral en las cadenas de producción.

¿Qué pasa con las personas pobres del medio rural que no son actualmente productores ni trabajadores? Seguramente deben de encontrarse con gente que está en la ruina y ya ha bajado los brazos, ¿no?

Sí, de hecho son muy comunes esos casos. Hay un deterioro cultural importante en muchas familias del campo que las lleva a bajar los brazos. Ante esto lo primero importante de resaltar es que estas situaciones requieren profesionales del área social, de ahí la incorporación.

Lo que nosotros hacemos frente a estas situaciones es, primero, generar un nivel de confianza entre las familias y los técnicos, para luego, una vez que avance ese proceso intentar buscar juntos los caminos de salida a esa situación que pueden ser muy variados. Puede ser, por ejemplo, facilitar el acceso a un médico o ayudarlos a mejorar su hábitat.

A partir de allí y con la ayuda de otros agentes del medio rural intentamos integrarlos para que encuentren salidas junto a otras personas en similares condiciones. Es así que en pocos días vamos a estar reabriendo una escuela rural que estaba cerrada, como centro social en manos de una comunidad organizada de Rocha, porque los pequeños productores de esa zona así lo solicitaron.

1.- Descripción productiva de la zafra

Se describe el tipo de productor que participó en el plan, especificándose que se trata de pequeños productores con predios de superficie promedio de 15 hás, de cuales utilizan algo en cultivo de secano (cebolla, boniato) y muchas veces el cultivo de tomate para industria es uno de los rubros mas importantes, muchas veces se combina la horticultura con la ganadería a pequeña escala. Se describe además que existe poca formación en los productores principalmente en los de edad mayor.

En el plan participaron 78 productores, plantándose una superficie total de 63 hás, obteniendo una producción total de ventas a fábricas de 1.136.876 kg, siendo el rendimiento promedio de 18037 kg/hás.

Este bajo rendimiento promedio fue explicado en su mayor parte por aspectos ambientales, de déficit hídrico y posteriormente de exceso en el periodo de cosecha.

Se categorizan los productores según sus rendimientos:

Los que estuvieron por debajo de 10000 kg/hás fueron considerados con problemáticas diferentes a factores ambientales, principalmente debido a la no adopción del paquete tecnológico y envejecidos, con poca capacidad de trabajo.

Los que estuvieron entre 10000 y 20000 kg/hás explican el bajo rendimiento por los factores climáticos (seca y exceso posterior).

Los productores por encima de los 20000 kg fueron aquellos que adoptaron correctamente el paquete tecnológico y en algunos casos pudieron utilizar riego. En general se trata de productores más jóvenes.

En cuanto al uso del riego únicamente 20 productores regaron totalizando 12.25 háas bajo riego, obteniendo estos un rendimiento promedio de 25.453 kg/hás.

El uso del riego en el cultivo no fue el óptimo debido a que en muchos casos el mismo se instaló tarde, con plantas ya crecidas y en otros existía un desconocimiento sobre como regar, así como el agua acumulada por haber realizado las obras tarde no fue el necesario.

La cooperativa, por intermedio de los técnicos vinculados, manifiesta la necesidad de capacitación para productores y técnicos en el tema riego. Se propone que la misma podría brindarse por las instituciones del Estado que apoyan esta iniciativa.

Luego de varias intervenciones en el tema se llegó al quórum de que para obtener producción sustentable es necesario capacitar a los productores y no únicamente exigirles por mero cumplimiento de normas. Al respecto, se vio como una dificultad el

tema de las charlas técnicas obligatorias, si bien cuentan temáticas interesantes, las metodologías utilizadas predominantemente teóricas y de salón, son poco atractivas para los productores participantes. Se manifestó adicionalmente que el horario no fue el más adecuado. Se plantea que sería ideal hacer capacitación paralela al ciclo de cultivo y en campo.

A esto se responde que se esta pensando para el presente año en charlas con componente practico de calibración de mochilas, así como en las normas de producción integrada, uso correcto de productos agroquímicos, que se están desarrollando en todo el departamento que culminan con la entrega de un carne de aplicador al productor, acorde con la nueva ley de agroquímicos.

El INIA ofrece charlas para técnicos en el manejo de suelos, riego y control de plagas y enfermedades, así como otros temas que se requieran. Se destaca la experiencia de este año en el tema de producción de semillas.

2.- Descripción de resultados económicos de la zafra

Seguidamente se exponen resultados económicos de productores con rendimientos bien diferenciados, en secano y con riego.

El ingreso neto familiar para un productor que produjo 24704 kg en 1 ha fue de \$U 50268 en secano.

El ingreso neto familiar para un productor que produjo 20680kg en 0.5 hás fue de \$U 44880. Este ingreso incluye el subsidio de JUNAGRA.

Los productores que habían instalado equipos de riego a pagar con la cosecha, tuvieron que destinar 1/3 de la cosecha para el pago del mismo, demostrando que se pudo pagar la inversión realizada.

Los técnicos de COPRONEC plantean las dificultades de ser patrocinante, muchas veces que a veces no se visualiza por los productores, en cuanto a organización de fletes, control de calidad, distribución de insumos, llenado de planillas, etc.

Se pregunta sobre los objetivos planteados de la cooperativa productivamente y se ve que la mano de obra es un factor limitante para el crecimiento en la zona de influencia de la cooperativa.

Para evitar concentración en la cosecha se plantea la necesidad de escalonar fechas de trasplante, tratando de adelantar siembras. Se debe tener una buena coordinación con las fechas de entrada a fábrica también.

Se propone tener dentro del reglamento técnico diferenciación según tecnología aplicada, con riego, con algo de riego y en seco,

Se plantea también premiar el resultado final más que las exigencias en la implantación del cultivo.

Se fija a finales del mes de junio para tener pronta la propuesta de reglamento para el plan de este año.

Como debilidades de COPRONEC la DIGEGRA ve el abanico tan variado de productores principalmente en el tema cultivo en seco y bajo riego lo que para el fabricante puede generar un vaivén de producción asociado a condiciones ambientales, principalmente de estado hídrico.

Se aclara que por parte de la cooperativa en sus inicios se trató de incluir a los productores que habían quedado fuera de otros planes de tomate por no contar con riego.

La cooperativa busca crecer y estabilizarse por lo cual para este año tiene como objetivo incorporar 30 has bajo riego con el apoyo de Barraca de Ambrosi.

Se resalta la importancia para los productores de considerar al cultivo de tomate como parte del sistema predial y no como algo aislado, para poder incluir a la totalidad de los productores.

Como temas importantes para la capacitación se ve la sistematización de chacras, el manejo de suelos, el riego, el manejo integrado de plagas y enfermedades y la producción de semillas.

➤ Características plan tomate :

Elección de la Experiencia Tomate Industria

Coprone (Cooperativa de Productores del Noreste de Canelones)

Con el objetivo de buscar y promover nuevas formas asociativas que permitan tanto el ingreso a las cadenas de los sectores excluidos como su permanencia en los mismos, logrando la sustentabilidad en el tiempo de la relación.

La reunión y organización de los sectores de la población objetivo (agricultores familiares pobres) pasa a ser uno de los grandes retos, que plantea lograr su ingreso al sector de la Producción Familiar y convertir a ésta en una organización fuerte y consolidada.

El relacionamiento de la producción familiar con las distintas empresas que trabajan en las cadenas alimenticias permitirá ver como un todo el proceso, de manera de que los distintos eslabones o etapas de un complejo (fase agraria, fase industrial, distribución) no se enfrenten entre ellos. Es necesario avanzar en fortalecer las relaciones de complementariedad que brinden una justa distribución de la riqueza.

Uno de ellas es el tomate industria, con el cual existe una experiencia en Canelones. Antes los productores vendían las planchas de tomate en las porterías de sus

predios; el plan les propuso que se organizaran para las ventas y lo hicieron, obteniendo buenos precios al negociar directamente con la industria. En una segunda etapa del proyecto, se les propuso que en vez de venderle tomate a la industria le pagaran a la misma por elaborarlo, de forma que el producto final siguiera estando en manos de ellos. Así lo hicieron, con un préstamo que se les facilitó y que ya han devuelto.

Aprovechando el camino recorrido de la implementación de un proyecto piloto de producción de tomates industria en la zona del noreste de Canelones que abarcó a 56 pequeños productores.

Ellos plantaron un total de 37 hás. con el objetivo de:

- recuperar y desarrollar la zona,
- sustituir importaciones fomentando el cultivo del tomate industria (perita),
- fortalecer las organizaciones de productores, hoy constituida en Cooperativa,
- generar fuentes de trabajo,
- mejorar la tecnología aplicada, y por consiguiente lograr mayor escala de producción.

En los inicios en 2005 eran 56 productores que plantaron 37 hás de tomate que luego lo llevaron a una fábrica para que lo procesaran. Se obtuvieron 820.000 kg de tomate de los cuales 640.000 se hizo extracto y el resto se vendió. Este año se hicieron diversos convenios con industrias, participaron 88 productores y se plantaron 70 hás de las que se espera obtener aproximadamente 1.400.000 kg .

Se obtuvo apoyo financiero que consistió en un fondo rotatorio y micro capitalizaciones que se reintegraron (pero que quedaron como donación a la cooperativa) por un monto total de aproximadamente 45.000 dólares, este dinero permitió financiar parte de la inversión inicial del plan tomate, lo que es de suma importancia, ya que los productores no podían haber accedido a un préstamo de tal magnitud por ningún otro medio.

Comercialización:

PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES COMERCIALES DE LOS AGRICULTORES FAMILIARES DEL MERCOSUR.]

Es importante mencionar que el principal flujo comercial de los productos granjeros del país pasa por el mercado Modelo de Montevideo.

De esta forma, el Mercado Modelo constituye el principal centro de comercio mayorista de frutas, hortalizas y productos de granja en el Uruguay.

Es administrado por un directorio compuesto por representantes del gobierno municipal, del ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, de los productores, de los comerciantes mayoristas y minoristas y de los trabajadores.

Sus principales objetivos son proporcionar infraestructura y servicios para el desarrollo del comercio hortifrutícola, en un marco de transparencia e igualdad de oportunidades.

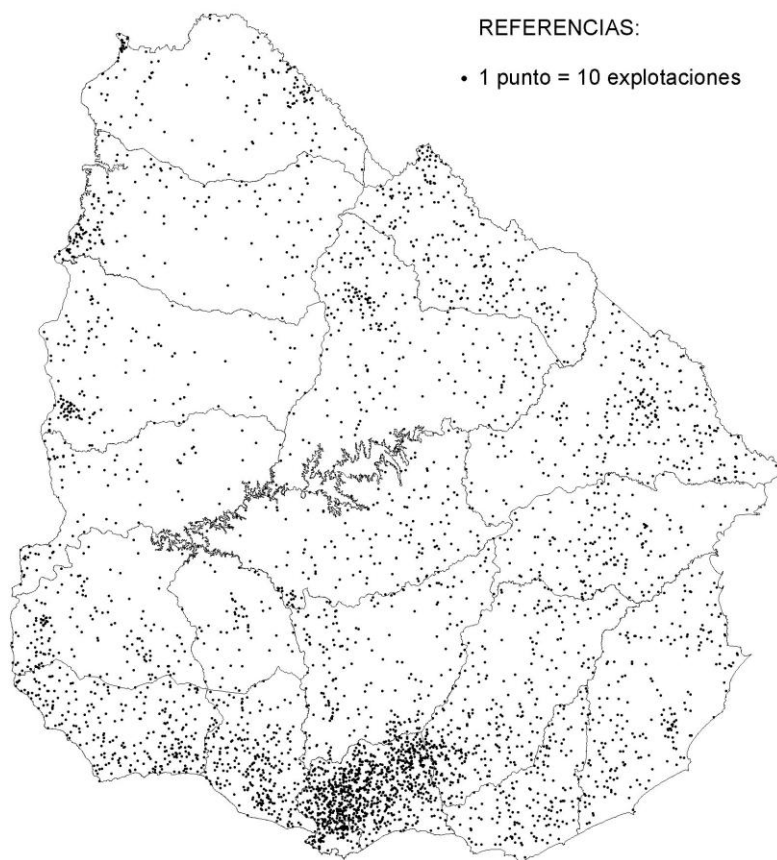
Establecimientos especializados en horticultura:

Información básica según tipo de productor:

Tipo de productor	Superficie de huerta (ha) (1)		Estab. No. %		Sup.campo No ha		Sup.c/riego No ha		Sup. prot. No ha	
	<=15	<=6 y <=0.6	No.	%	No	ha	No	ha	No	ha
Familiar	<=15	<=6 y <=0.6	4.617	88	14.377	52	4.026	46	142	26
Medio	15-30	y/o 6-12 y/o 0.6-1.2	403	8	3.764	14	1.715	19	141	26
Grande	>30	o >12 o >1.2	243	5	9.383	34	3.070	35	268	49
	Totales		5.263	100	27.524	100	8.811	100	550	100

(1) El primer valor corresponde a superficie de huerta a campo, el segundo a huerta regada a campo y el final a superficie protegida.

MAPA 1
Distribución de las explotaciones familiares por área de enumeración



Fuente: DIEA-MGAP en base a CGA 2000

Fuente: elaborado por OPYPA-DIEA, con base en el CGA 2000.