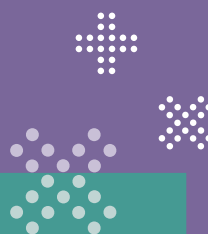




Promotoras y promotores en producción agroecológica



Módulo 4

Comercialización de alimentos agroecológicos

Secretaría de
Inclusión Social



Ministerio de
Desarrollo Social
Argentina

*primero
la gente*

Módulo 4

Comercialización de alimentos agroecológicos

Autoridades

Ministra de Desarrollo Social

Victoria Tolosa Paz

Secretaria de Inclusión Social

Laura Valeria Alonso

Directora Nacional de Seguridad Alimentaria

Lic. María Victoria Colombo

Directora de Proyectos Especiales

Lic. Virginia Zalazar

Autores

Natalia Chaves*
(Licenciada en Antropología)

Leda Giannuzzi*
(Doctora en Ciencias Químicas)

Coordinación y producción general de contenidos

Fernando Glenza*

Comité editorial asesor

Victoria Homberger*
(Licenciada en Antropología)

Juan José Garat*
(Ingeniero Agrónomo)

^(*) Equipo Interdisciplinario - Secretaría de Extensión de la Universidad Nacional de La Plata

Equipo Revisor

Dirección de Proyectos Especiales, Dirección Nacional de Seguridad Alimentaria,
Secretaría de Inclusión social

Manuel Fernández Beyro
(Ingeniero Agrónomo)

Sergio Di Mauro
(Agrónomo General)

Virginia Zalazar
(Licenciada en Trabajo Social)

Índice

- pág. 07 //** 1. Presentación
- pág. 07 //** 2. La economía popular, social y solidaria
- 2.1. El comercio justo
- pág. 10 //** 3. Circuitos cortos de comercialización
- pág. 11 //** 4. Sistemas Participativos de Garantía (SPG) para productos agroecológicos.
- pág. 12 //** 5. Normas para la producción, procesamiento y comercialización de alimentos para la agricultura familiar
- 5.1 Registración necesaria para la producción agropecuaria
- 5.2 Requerimientos mínimos para el procesamiento y comercialización de alimentos
- pág. 17 //** 6. Bibliografía
- pág. 18 //** 7. Actividades
- pág. 18 //** 8. Glosario

Comercialización de alimentos agroecológicos

1. Presentación

La **comercialización** es un proceso económico que abarca mucho más que el simple momento de intercambio de productos y servicios por dinero. En este proceso podemos incluir las decisiones sobre **qué, cuánto y cómo** producir en función de a quiénes se destina el producto (clientes, consumidores), evaluar alternativas y gestionar formas de llegar a esos consumidores, diseñar la comunicación que se requiere para dar a conocer los productos y promover su compra, organizar la venta propiamente dicha y también los intercambios que pueden generarse posteriormente con los clientes (consultas sobre el uso, conservación, cocción, por ejemplo).

La comercialización de alimentos en su mayoría está mediada por grandes **mercados concentradores**, donde además de productores y consumidores, confluyen diferentes actores que intervienen como **intermediarios**. Productores, transportistas, compradores mayoristas, administradores, puesteros, consumidores participan del proceso comercial, aunque nunca el nivel de participación y de retribución sea igualitario. Por el contrario, es común encontrar que pequeños productores y productoras que no tienen poder de negociación en el precio de los alimentos que salen de sus establecimientos (a pesar de ser quienes más invierten en materiales, trabajo y tiempo), obteniendo un valor mínimo. Por otro lado, los precios finales a los consumidores suelen ser tan altos que ponen en riesgo el acceso de gran parte de la población y su **soberanía alimentaria**.

Además, no todos los alimentos circulan por los grandes mercados. La dinámica de tiempo y transporte que se necesita para participar excluye a aquellos productores con pocos excedentes para la venta, así como una gran diversidad de alimentos que no logran cumplir los estándares de tamaño y forma requeridos por el mercado (las verduras con formas homogéneas, por ejemplo, se compran y venden sólo aquellos tomates iguales en su tamaño y aspecto) y se seleccionan variedades de mayor durabilidad en la góndola.

2. La economía popular, social y solidaria

La **economía social** refiere al proyecto social que construye otra economía posible, que asegure el desarrollo y la reproducción de una vida digna para todas las personas, asegurando la integración social, especialmente de quienes son excluidas del acceso a bienes, trabajo y valoración social. Se diferencia de la economía predominante, caracterizada por una extrema competitividad individualista (con la lógica de obtener siempre mayores ganancias), en el reconocimiento de otros seres humanos como pares y la responsabilidad en los intercambios con la naturaleza. En este sentido tiene un fuerte objetivo **solidario**.



Para profundizar
en el tema:
**Economía social y
economía popular:
conceptos básicos**

Actualmente la **economía social y solidaria** está representada por un conjunto de principios y experiencias de organización social basadas en la justicia, la cooperación, la reciprocidad, la ayuda mutua, el desarrollo local de las comunidades y el equilibrio ambiental.

Uno de sus lineamientos principales de desarrollo de esta economía tiene como objetivo incorporar cantidades crecientes del sector de la **economía popular**: trabajadoras y trabajadores excluidos, precarizados o potencialmente vulnerables y formas de trabajo asociado autogestionadas; de manera de desarrollar las capacidades autónomas de las trabajadoras y los trabajadores y su acceso a un nivel digno de consumo.

En este marco están cobrando cada vez más impulso prácticas de comercialización que implican relaciones más respetuosas y equitativas entre las personas, que favorecen la diversidad y buscan incluir a quienes tienen escasa o nula participación del mercado concentrador.

2.1. El comercio justo

El **comercio justo** es un movimiento social internacional que propone entender la producción y el consumo no solo a través de sus aspectos económicos, sino también sociales, ambientales y políticos. El Comercio Justo tiene como objetivo acortar al máximo la cadena entre quienes producen y quienes consumen porque esto posibilita que pequeños productores y productoras tengan oportunidades para vivir dignamente de su trabajo y quienes consuman obtengan productos de calidad, al mismo tiempo que conocen la cultura, identidad y condiciones de quienes producen. Quienes trabajan dentro del comercio justo se rigen por los siguientes principios:



Oportunidades para productoras y productores con desventajas económicas: La reducción de la pobreza a través del comercio es una parte fundamental de sus objetivos. Se apoya a las pequeñas y pequeños productores familiares, independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas.



Transparencia y responsabilidad: Las organizaciones deben proveer información clara y precisa sobre cómo operan e involucrar a empleados y clientes. Debe ser transparente en su gestión y en sus relaciones comerciales.



Prácticas comerciales justas: Prevalece el bienestar social y ambiental de pequeños productores, sin intenciones de maximizar las ganancias a sus expensas. Se pacta con los productores el cumplimiento de los compromisos, la entrega del producto a tiempo con la calidad y especificaciones deseadas.



Pago de un precio justo: Se establece de mutuo acuerdo un pago justo. Significa una remuneración socialmente aceptable considerado por los propios productores como justos, y que tenga en cuenta el principio de igual pago por igual trabajo entre mujeres y hombres.



Ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso: Cumplimiento del Convenio de las Naciones Unidas de los Derechos del Niño y leyes nacionales/regionales. En Argentina la Ley 26.390 prohíbe el trabajo de niños y niñas por debajo de los 16 años y protege el trabajo adolescente entre los 16 y los 18 años.



Compromiso de no discriminación: Se debe de garantizar la no discriminación en la contratación, remuneración, acceso a la capacitación, promoción, terminación o jubilación por motivos de etnia, origen nacional, religión, discapacidad, género, orientación sexual, afiliación sindical, afiliación política, VIH/ Sida, estatus o edad.



Buenas condiciones de trabajo: Se deben proporcionar un entorno de trabajo seguro y saludable para los empleados o miembros, cumplimiento de los requisitos mínimos de trabajo según las leyes nacionales y locales y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), sobre el Trabajo Decente.



Facilitar el desarrollo de capacidades: Capacitación y desarrollo de las habilidades de las productoras y productores para elaborar productos con una mayor calidad y tener una mejor gestión de sus recursos, capacidades de producción y acceso a mercados de Comercio Justo.



Promoción del comercio justo: Comunicar y crear conciencia sobre el objetivo del Comercio Justo. Suministran a sus clientes información sobre los productos y en qué condiciones son fabricados. Siempre utilizar técnicas honestas de marketing y publicidad.



Respeto al ambiente: Se prioriza el uso de las materias primas de origen sostenible y de procedencia local, así como tecnologías de producción que reduzcan el consumo de energía y el empleo de energías renovables que minimicen las emisiones de gases de efecto invernadero. Se busca minimizar el impacto de sus desechos al ambiente y el uso de pesticidas de síntesis química.

Para profundizar
en el tema:
Comercio Justo
en América Latina y el
Caribe - CEPAL



3. Circuitos cortos de comercialización

¿Dónde se concretan estas experiencias de comercialización? ¿Cómo son y cuáles modalidades adquieren en la práctica? Las personas que integran sistemas de producción familiares, artesanales, diversificados, que no acceden a una posición favorable en los grandes mercados, han desarrollado numerosas estrategias para poder vender sus productos a un precio que les permita vivir de su trabajo. Estas estrategias, en conjunto con el interés de consumidoras y consumidores por acceder a otros productos de manera más directa, promovió la organización de espacios y circuitos donde encontrarse mutuamente.

Los circuitos cortos de comercialización se caracterizan por ser canales de proximidad en dos sentidos: son circuitos cortos en cuanto se realizan localmente, integrado por productores y consumidores de un barrio, de una zona, de una región. Tienen **proximidad geográfica**. Pero también, al tener como objetivo una cadena comercial sin intermediarios o con pocos eslabones, estimulan la cercanía, el reconocimiento, entre productor-consumidor. Tienen **proximidad social y cultural**.

Algunas modalidades que adquieren estas estrategias de comercialización:

- Venta directa de productos por peso o en bolsones/cajones (con un número determinado de variedades de alimentos) ya sea en las mismas quintas o a través de envíos realizados por los mismos productores y productoras.
- Ferias: organizadas por organismos del Estado (municipios, universidades u otros) o por las mismas organizaciones de la agricultura familiar, las ferias son espacios de intercambio tradicionales donde se motoriza la economía local. La mayor parte de quienes venden en las ferias son mujeres, siendo su rol protagónico. Las tareas vinculadas a la comercialización les permite salir del ámbito doméstico y generar intercambios tanto comerciales como culturales, además de convertirse en las receptoras de las demandas de consumidores y volcar esa información en las decisiones sobre los cultivos.
- Nodos de consumo: grupos barriales de consumidores organizados encargan previamente los productos y acuerdan la logística con los productores o con algún intermediario (comercializadora, flete).
- Venta directa a comercios: verdulerías, bares, restaurantes y rotiserías.
- Comercializadoras solidarias: son organizaciones, que trascienden el afán de lucro y se proponen la mejora de los ingresos de productores en la intermediación. A veces son

cooperativas, asociaciones civiles o incluso fundaciones, que se encargan de la logística y hacen de intermediarias con los grupos de productores.

- Compras públicas por parte del Estado a organizaciones de productores para abastecer a instituciones, como por ejemplo comedores escolares y hospitales.
- Mercados asociativos o cooperativos: se trata de mercados concentradores de verduras y hortalizas, organizados mayoritariamente por los propios productores, sin intermediarios, donde la escala y la frecuencia de venta al consumidor minorista es mayor.

Los circuitos de proximidad permiten visibilizar y conocer, para todas las personas involucradas, el camino que recorren los alimentos desde la selección de variedades para su cultivo hasta que llegan a la mesa en forma de algún plato de comida. La comunicación más directa entre las personas productoras y las consumidoras, la posibilidad en algunos casos de verse y hablar "cara a cara", revaloriza el trabajo del agricultor y genera un vínculo de confianza sobre el origen, la forma de producción y las causas y destino de los precios convenidos. En el intercambio, los agricultores obtienen mayores ingresos y los consumidores acceden a productos más frescos y variados. A su vez, requieren una organización para el armado del bolsón o la feria, el acopio, la logística del traslado o reparto y la venta en el puesto, que aparece ahora como un trabajo más para los mismos productores.

Todo esto cobra especial relevancia en la comercialización de alimentos agroecológicos: al tratarse de un sistema de producción caracterizado por la alta diversificación, se obtienen muchos alimentos diferentes pero no en las cantidades suficientes para obtener ganancias en los mercados convencionales. Los circuitos cortos de comercialización son oportunidades para dar a conocer y "educar" sobre la forma de producir, el trabajo y la sostenibilidad de estos sistemas, así como la sanidad de sus productos.

Pero, ¿cómo legitimamos y logramos la convicción del resto de la población sobre los procesos productivos agroecológicos? Ya hemos visto en el **MÓDULO 1** que en la producción orgánica esto se resuelve a través de un reglamento normativo y su certificación por empresas privadas. Esta forma de certificación, bastante costosa, excluye y deja sin herramientas a agricultores agroecológicos que desean y necesitan diferenciar la calidad ecológica de sus productos.

Ante estas dificultades para certificar, las organizaciones de productores desarrollaron alternativas a la certificación tercerizada, denominados **Sistemas Participativos de Garantía (SPG)** o sistemas de certificación participativa.

4. Sistemas Participativos de Garantía (SPG) para productos agroecológicos

Se trata de sistemas de garantía de calidad que operan a nivel local, que certifican las producciones tomando como base la participación activa de las partes interesadas y se construyen a partir de la confianza, las redes sociales y el intercambio de conocimiento.



Para profundizar en el tema:
**Sistemas Participativos de
Garantía para pequeños
productores**

Estos sistemas pueden reunir a productores, consumidores, organizaciones de apoyo, instituciones gubernamentales y en general a cualquier organización o persona que comparta sus objetivos, y puede tomar diversas formas, siempre adaptándose a las características específicas del contexto local. Sus principios, mecanismos de funcionamiento y estructura se definen a partir de la participación de sus integrantes.

Los SPG funcionan constituyendo comités y comisiones que evalúan y acompañan a productores, visitando los establecimientos, a través de reuniones de intercambio, realización de informes y construcción de acuerdos.

5. Normas para la producción, procesamiento y comercialización de alimentos para la agricultura familiar

Si bien no hay procedimientos reglamentados específicos para la producción, procesamiento y comercialización agroecológica, desde diferentes niveles del Estado (nacional, provincial y municipal) existen normas que regulan los procesos mencionados para la **agricultura familiar**.

La alimentación es imprescindible para el desarrollo vital de las personas y constituye un Derecho Humano. El derecho a la alimentación garantiza que las personas tengan acceso a una alimentación adecuada y a los recursos necesarios para tener en forma sostenible seguridad alimentaria.

Para garantizar y acreditar la **seguridad alimentaria**, las productoras y los productores familiares deben cumplir con las normativas vinculadas a la producción, procesamiento y comercialización de alimentos, que en muchos casos por falta de información, de capacidad logística y de “escala” no logran cumplimentar.

El **marco normativo nacional** estructural referido a aspectos “higiénico-sanitarios, bromatológicos y de identificación comercial” de alimentos de consumo humano es el Código Alimentario Argentino (CAA). Regula en todo el territorio de Argentina a todos los alimentos, condimentos, bebidas o sus materias primas y los aditivos alimentarios que se elaboren, fraccionen, conserven, transporten, expendan o expongan, así como a toda persona, firma comercial o establecimiento que lo haga. Presenta una serie de leyes que se deben cumplir para que un producto elaborado se comercialice, de lo contrario el producto no puede ser consumido ya que podría ser un elemento adulterado además de ser ilegal.

Por Decreto N° 815/99 se creó el Sistema Nacional de Control de los Alimentos con el objetivo de asegurar el cumplimiento del CAA. Se establece que el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) es el “encargado de ejecutar la política que el gobierno dicte en materia de sanidad animal y vegetal, y de asegurar el cumplimiento del CAA para aquellos productos que estén bajo su exclusiva competencia”. El SENASA se encarga de lo siguiente:

- Registrar productos y establecimientos.
- Ejercer la fiscalización higiénico-sanitaria en la elaboración, industrialización, procesamiento, almacenamiento en los establecimientos y depósitos de los productos, subproductos y derivados de origen animal de tránsito federal o internacional.
- Registrar y fiscalizar los medios de transporte de competencia.
- Ejercer la fiscalización higiénico-sanitaria de los productos y subproductos de origen vegetal, en las etapas de producción y acopio. En especial deberá fiscalizar que no sean utilizados en los lugares de producción, elementos químicos y/o contaminantes que hagan a los alimentos no aptos para el consumo humano.
- Ejercer la fiscalización higiénico-sanitaria de los establecimientos que procesen productos primarios.
- El Art. 18 del Decreto 815/99 del Sistema Nacional de Control de los Alimentos establece que "las autoridades sanitarias de cada provincia y del Gobierno Autónomo de la Ciudad de Buenos Aires, registrarán productos y establecimientos que soliciten autorización para industrializar, elaborar, almacenar, fraccionar, distribuir y comercializar alimentos", exceptuando los casos de tránsito federal e internacional, como se dispone en el artículo 13 del presente decreto, en cuyo caso la autoridad competente es el SENASA.

Recientemente, se incorporó el Artículo 154 al CAA que establece: podrán habilitarse establecimientos que elaboran y/o comercializan alimentos a partir de la actividad agroalimentaria familiar que por su volumen de producción operen anexos o no a domicilios particulares, los cuales deberán ser habilitados por la autoridad sanitaria competente, según el cumplimiento de las presentes exigencias. En todos los casos, deberán contar con entrada independiente y un ambiente exclusivo para la elaboración de los alimentos. Esta previsión será igualmente aplicable para los locales que fraccionen, envasen, almacenen y comercialicen los productos al que se refiere el presente párrafo.

Los establecimientos deberán satisfacer las normas de carácter general presentes en este Capítulo, exceptuándose la obligación de contar con: guardarropas, lavabos y retretes separados para ambos sexos; capacidad de 15 metros cúbicos por operario y cerco perimetral. Estas excepciones a las exigencias edilicias aplicarán a los establecimientos que elaboren alimentos comprendidos en las siguientes categorías que se listan a continuación:

1. Frutas y hortalizas acidificadas por fermentación o encurtido.
2. Frutas, hortalizas, hierbas o especias desecadas/deshidratadas.
3. Productos de panadería y confitería horneados.
4. Productos azucarados: caramelos, jaleas, mermeladas o dulces, compotas, jarabes, azúcar, melaza, confituras, frutas secas recubiertas, frutas almibaradas y néctares.

5. Extracción y fraccionamiento de miel.
6. Productos a base de cacao.
7. Yerba mate y té.
8. Subproductos de cereales, semillas, raíces y frutos: harinas, copos inflados, granola, granos malteados, granos y semillas tostadas.
9. Aceites.
10. Frutas y hortalizas mínimamente procesadas.
11. Bebidas analcohólicas (carbonatadas o no) y jugos vegetales.
12. Bebidas alcohólicas, fermentadas, espirituosas, destiladas y licores.
13. Vinagres de frutas (procesadas o no) y de cereales.
14. Productos de copetín: snacks, frutas secas, granos y semillas saladas.
15. Dulce de leche.
16. Quesos de pasta dura, semidura y quesillo

Los **gobiernos municipales** tienen potestades para legislar en materia alimentaria con alcance dentro de su propio territorio, lo que implica que son soberanos en dicho espacio. Al constituir la unidad política de mayor proximidad con sus habitantes, se convierten en espacios plausibles para la generación de nuevas normas orientadas a los agricultores familiares.

Algunos municipios cuentan con una **cocina comunitaria** que es un espacio municipal destinado a fomentar la actividad que realizan las y los pequeños emprendedores locales de elaboración de alimentos de bajo riesgo, en sus diferentes variantes. El principal beneficio para las y los emprendedores, es que los productos elaborados en esta cocina cuentan con rótulo habilitante y autorización bromatológica, lo que les permite ampliar puntos de venta a ferias, comercios y eventos.

5.1. Registros necesarios para la producción agropecuaria

Registro Nacional Sanitario de Productores Agropecuarios (RENSPA)

Las productoras y productores deben contar obligatoriamente con el RENSPA, que posibilita desarrollar cualquier actividad agropecuaria y forestal, y permite la identificación del productor y del predio en que realiza sus actividades, los productos que cultiva y la superficie que afecta a cada uno de ellos. La inscripción es gratuita. La persona humana o jurídica que desarrolla una actividad agropecuaria y/o forestal es el responsable sanitario. Existirá un RENSPA por cada unidad productiva donde realice la actividad agropecuaria. La inscripción puede ser por autogestión con la clave fiscal en la página web de la AFIP, o

presencial en las oficinas de SENASA o en los Centros Regionales de las oficinas disponibles en la localidad.

Registro Nacional de la Agricultura Familiar (RENAF)

Es otorgado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, es gratuito, no es obligatorio, y es requisito para acceder a las Políticas Públicas dirigidas a la Agricultura Familiar, Campesina e Indígena según la Ley de Reparación Histórica de la Agricultura Familiar 27.118 y registra a todos los integrantes del núcleo familiar.

5.2. Requerimientos mínimos para el procesamiento y comercialización de alimentos

Los requisitos que habilitan el procesamiento y comercialización de alimentos, varían según de qué productos se trate y la legislación vigente en cada localidad. Hay requisitos básicos que conviene contemplar para no tener inconvenientes y estar autorizados.

Curso de Manipulación Segura de Alimentos



Para profundizar
en el tema:
Ministerio de Salud
de la Nación

Es el requisito mínimo e indispensable para el procesamiento y comercialización de alimentos. El CAA establece que toda persona que realice actividades por la cual esté o pudiera estar en contacto con alimentos, deberá estar provisto de un **carnet habilitante como manipulador/a de alimentos**, cuyo único requisito para obtenerlo es cursar y aprobar un **Curso de Manipulación Segura de Alimentos**, dictado por capacitadores reconocidos por las autoridades sanitarias de cada jurisdicción.

Inscripción para productos alimenticios

Esta es una etapa más desarrollada que nos permite el procesamiento y comercialización en una escala mayor. En estos casos, debemos consultar la legislación provincial y municipal local. Por ejemplo, **en la provincia de Buenos Aires**, el Laboratorio Central de Salud Pública del Ministerio de Salud es la autoridad responsable para la **inscripción de productos alimenticios**. El establecimiento de elaboración debe estar habilitado y requiere contar con un director técnico responsable.

Hay diversos casos de provincias y municipios que han dictado Leyes, Resoluciones, Ordenanzas o Reglamentos que significan avances importantes para los agricultores familiares que son beneficiados por ellas, que además pueden ser tomados como ejemplos por otros municipios y gobiernos provinciales, o por organizaciones de productores de otros territorios, para impulsar normativas similares.

Ejemplo de reglamentación para Pequeñas Unidades Productivas de Alimentos Artesanales (PUPAAs) en la provincia de Buenos Aires

En la provincia de Buenos Aires es posible registrar en el Ministerio de Desarrollo Agrario las Pequeñas Unidades Productivas Alimenticias Artesanales (PUPAAs). Esto permite habilitar cocinas familiares domiciliarias para alimentos elaborados en forma artesanal.

Los alimentos producidos en las PUPAAs debidamente inscriptas y habilitadas, pueden ser comercializados en todo el territorio de la provincia de Buenos Aires, cumplimentando las normativas.

Su principal objetivo es garantizar condiciones bromatológicas adecuadas en el espacio físico donde se producen los alimentos, otorgándoles habilitación municipal siempre que reúnan los requisitos contemplados por la misma. Los alimentos que contempla son de bajo riesgo, entre ellos frutas secas, manufacturas de origen vegetal, escabeches, salsas y encurtidos.



Accedé al Registro de Pequeñas Unidades Productivas Alimenticias Artesanales.

El registro se realiza a través del siguiente enlace: www.gba.gov.ar/desarrollo_agrario/inicio_de_tramites/alimentos/pupaas. El trámite de registro y habilitación es gratuito.

Funcionamiento de las cocinas domiciliarias para alimentos elaborados en forma artesanal

La **producción artesanal** elabora productos mediante la transformación de materias primas naturales básicas, a través de procesos de producción no industrial que involucran máquinas y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental.



Conocé las normas sobre Buenas Prácticas de Manufactura (BPMs).

Es requisito contar con una persona humana o jurídica responsable de la elaboración del alimento autorizada para la instalación, funcionamiento y mantenimiento en buenas condiciones de higiene de la cocina individual o comunitaria. Es necesario que los productos elaborados se ajusten a la normativa vigente que corresponde a las Buenas Prácticas de Manufactura (BPMs) en su cocina de elaboración. La cocina deberá disponer de manuales de BPMs y procedimientos tendientes a procurar alimentos inocuos, con toda la documentación y registros correspondientes, disponibles en todo momento ante auditorías eventuales, debiendo resguardar los mismos por un tiempo mínimo de un año tras la elaboración del producto.

6. Bibliografía

- Banco Popular de la Buena Fe (2011). Manual de comercialización. Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.
- Begiristain Zubillaga, Mirene (2018). Comercialización agroecológica: Un sistema de indicadores para transitar hacia la soberanía alimentaria. Cuadernos de Trabajo n° 75, Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional, Universidad del País Vasco.
- Código Alimentario Argentino. Artículo 154 quáter: Resolución Conjunta SRyGS y SAB N°13/2018. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/anmat_caa_capitulo_ii_establecactualiz_2021-03.pdf
- Craviotti, Lara y Soleno Wilches, Ronald (2015). Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: Un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. Mundo Agrario, Revista de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).
- Caracciolo, Mercedes; Dumrauf, Sergio, González, Edgardo; Moricz, Mariana y Real, Analía (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. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA).
- Coraggio, José Luis (2020). Economía social y economía popular: Conceptos básicos. Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES).
- Fernández, Rosa (2018). Sistemas participativos de garantía en Argentina. Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de la Matanza (UNLaM).
- Infante, Camila y Suárez, María Victoria (2020). Los circuitos cortos de comercialización y su relación con los estilos de producción: Un estudio de caso en pequeños productores hortícolas de Santiago del Estero, Argentina. Espacio Abierto, Cuaderno Venezolano de Sociología, vol. 29, n° 3, pp. 68-84, Caracas.
- Ley Nacional 26390. Prohibición del trabajo infantil y protección del trabajo adolescente.
- Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia de Buenos Aires (2020). Reglamento de Pequeñas Unidades Productivas de Alimentos Artesanales (PUPAAs).
- Parodi, María Gabriela. Consumo justo y compromiso político: ¿Qué relación?. Centro de Estudios e Investigaciones Laborales (CEIL) / CONICET.
- Suárez, María Victoria; Sarmiento, Rosa y Corvalán, Susana (2016). Las ferias como circuitos cortos de comercialización en la agricultura familiar: El caso del grupo pre cooperativo Progreso Familiar de la Región Banda Jiménez en Santiago del Estero, pp. 135-150. Magna Publicaciones, Repositorio Institucional CONICET Digital.

7. Actividades

Actividad 1:

- En grupos elegir una zona (barrio, ciudad, pueblo, región) que sea de conocimiento de la mayoría o al menos de alguno de los integrantes del grupo. Recordar, nombrar y enumerar los lugares (comercios, ferias, mercados) donde se pueden comprar alimentos. Para mayor facilidad se puede hacer un pequeño croquis o plano de la zona elegida y ubicar los lugares que definieron: ¿Cuáles alimentos podemos obtener en cada uno de esos lugares? ¿Qué sabemos sobre las personas que trabajan en esos espacios? ¿Sabemos de dónde vienen esos alimentos? ¿Quiénes concurren a comprar a esos lugares? ¿Cómo podríamos caracterizarlos en género, edad y procedencia? ¿Estos lugares de comercialización se aproximan a algunos de los principios del comercio justo? ¿Tenemos espacios de comercialización con circuitos cortos (Ferias, mercados asociativos, nodos, etc) en la zona elegida? Si hay, ¿cómo los diferenciamos de los espacios que no lo son?

Actividad 2:

- Definir con las y los participantes una línea productiva agroecológica (definir un producto principal de comercialización). Elaborar un plan de manejo, estandarizar el proceso de conservación del producto y la comercialización, tanto a nivel de pequeña escala como media.

8. Glosario

Bromatología: Disciplina científica que se encarga del análisis de los alimentos en cuanto a su composición, nutrientes, características fisicoquímicas y cualidades (olor, sabor, textura, color). También estudia aquellos aspectos relacionados a su producción, manipulación, elaboración, conservación e incluso en lo referente a los aspectos sanitarios, en este sentido se encarga del estudio de los parámetros microbiológicos para conocer qué bacterias, virus y levaduras están presentes en los alimentos de forma natural y cuáles pueden crecer durante su vida útil, sobre todo aquellos que pueden suponer un riesgo para la salud.



MDSNacion

www.argentina.gob.ar/desarrollosocial

Secretaría de Inclusión Social

Av. 9 de Julio 1925 - Piso 16º

Tel.: 0800-222-3294

Secretaría de
Inclusión Social



Ministerio de
Desarrollo Social
Argentina

*primero
la gente*