



**PROYECTO AGRICULTORES FAMILIARES, INNOVACIÓN Y MERCADOS
ATN/RF-16108-RG**

Seminario Reflexiones a partir de innovaciones en comercialización de alimentos de la agricultura familiar

Marcos Pearson y Francisco Rodríguez

2022



Códigos JEL: Q16

FONTAGRO (Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria) es un mecanismo único de cooperación técnica entre países de América Latina, el Caribe y España, que promueve la competitividad y la seguridad alimentaria. Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), FONTAGRO, de sus Directorios Ejecutivos ni de los países que representan.

El presente documento ha sido preparado por Marcos Pearson y Francisco Rodríguez

Coordinación: Francisco Rodríguez

Edición: Federico Miri

Copyright © 2022 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial- SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional. Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Esta publicación puede solicitarse a:

FONTAGRO

Correo electrónico: fontagro@fontagro.org

www.fontagro.org

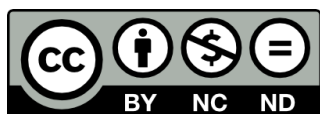


Tabla de Contenidos

Contenido

Apertura.....	6
Presentación 1. Prácticas comunes de gestión de procesos de innovación para el agregado de valor y el acceso al mercado (Argentina, Bolivia y España).....	10
Presentación 2. Recomendaciones y hallazgos: centros logísticos de la Agricultura Familiar en España.....	20
Presentación 3. Los Sistemas Participativos de Garantías en Bolivia	26
Presentación 4. Estrategias Comerciales Innovadoras en Argentina	32
María Laura Viteri	32
Espacio de intercambio con los/as expositores/as.....	36



Resumen

El seminario permitió visibilizar las conclusiones generales y las recomendaciones formuladas a partir de la realización de 12 estudios de caso (incluyendo 17 innovaciones comerciales y de agregado de valor) en España, Bolivia y Argentina. Las presentaciones estuvieron a cargo de investigadores del INTA y CONICET de Argentina, el Instituto de Economía, Geografía y Demografía (IEGD) y la Universidad del País Vasco en España y de la Unidad de Coordinación del Consejo Nacional de la Producción Ecológica (UC CNAPE) de Bolivia.

El proyecto Agricultores Familiares, Innovación y Mercados busca comprender y visibilizar las innovaciones productivas y comerciales de agricultores familiares y consumidores con el objeto de potenciarlas y aportar a la discusión y el diseño de políticas públicas apropiadas para su multiplicación en Argentina, Bolivia y España.

Los inscriptos en el Seminario fueron más de 200 y 250 personas asistieron durante la transmisión en vivo por el canal de YouTube de INTA. El 62% de los inscriptos fueron mujeres y si bien la mayoría de los inscriptos eran de Argentina participaron también desde Bolivia, Paraguay, Perú, Ecuador, Costa Rica, Colombia, República Dominicana y España.

Palabras clave: Sistemas Participativos de Garantía, Centros Logísticos Cooperativos, Canales Cortos



Programa Seminario

“Reflexiones a partir de Innovaciones en Comercialización de Alimentos de la agricultura familiar”

9:00 h

Palabras de Apertura

Francisco Rodríguez – Coordinador Proyecto Agricultores Familiares, Innovación y Mercados

Dra. Eugenia Saini - Secretaria Ejecutiva de FONTAGRO

Ing. Agr. Carlos Parera - Director Nacional de INTA

9:15 h

Verónica Carrapizo – Moderadora de la mesa

- Ariel García (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas - Centro de Estudios Urbanos y Regionales -CEUR-) y Carlos Cowan Ros (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas - CEUR). “Conclusiones generales a partir del análisis comparativo de experiencias de innovación comercial de la agricultura familiar en Argentina, Bolivia y España”
- Javier Sanz Cañada (Instituto de Economía, Geografía y Demografía (IEGD) del CSIC, Madrid) y Eduardo Malagón (HEGOA, Universidad del País Vasco, España). “Centros Logísticos Cooperativos en el estado español”
- Nancy Coparicona (consultora Asociación de Organizaciones de productores Ecológicos de Bolivia) “Los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) en Bolivia”.
- María Laura Viteri (Unidad Integrada de Balcarce -Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria - Facultad Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Mar del Plata): “Estrategias Comerciales Innovadoras en Argentina”

10:15 h

Ronda de Preguntas

10:30 h Cierre del Seminario



Apertura

Francisco Rodríguez

Investigador INTA

Coordinador del proyecto FONTAGRO “Agricultores Familiares, Innovación y Mercados”



Plantea en sus palabras iniciales que en este seminario se compartirán algunos aprendizajes y conclusiones sobre circuitos cortos de comercialización, centros logísticos cooperativos y sistemas participativos de garantías, en los tres países que participan del proyecto “Agricultores familiares, innovación y mercados”, proyecto que fue realizado con el apoyo de FONTAGRO.

Eugenia Saini

Secretaria Ejecutiva

FONTAGRO



Para FONTAGRO este proyecto es muy importante dado que permitió analizar, comparar e implementar estrategias exitosas e innovadoras de comercialización de alimentos, buscando siempre el camino para que el productor acceda a mercados y al agregado de valor. Por otro lado, la importancia de fomentar el uso de las TIC para apoyar los procesos de transformación de la comercialización local fueron clave. He sido participe de varios talleres de este proyecto, y con gran alegría vimos la cantidad de personas, familias y equipos de trabajo que asistieron y que además se vincularon a la iniciativa, incluso estudiantes. Desde FONTAGRO felicitamos a Francisco y todo el equipo de INTA y las organizaciones participantes de Bolivia y España, y le auguramos muchos éxitos futuros.

Carlos Parera

Director Nacional INTA



Para nosotros/as es un proyecto muy interesante, muy innovador. Nos parecía importante para el INTA y para todo el sector de la agricultura familiar, conocer estos mercados innovadores que se vieron fuertemente potenciados por el COVID-19. En nuestros países vimos un cambio muy importante, sobre todo en las primeras etapas, y esto se ha ido manteniendo – aunque con algunos ajustes –, a partir de la preocupación por parte del consumidor de



acceder a alimentos más sanos, accesibles, a través de mercados de cercanía.

Es muy importante estudiar estos mercados, analizarlos, saber cómo funcionan, conocer sus lógicas y la estructura, para después replicarlos y que sean una alternativa para los/as pequeños productores en las distintas regiones de Latinoamérica.

El abastecimiento de alimentos es un tema central en la vida. Nos alimentamos todos los días y la disponibilidad de alimentos pasa a ser una cuestión crítica. Por todo esto, es necesario tener claro y conocer, para optimizar los recursos. Por ejemplo, a través del tema de las Garantías Recíprocas, que es algo muy importante.

No nos tenemos que olvidar nunca del tema de la calidad, que es un factor central para el consumidor y que el productor lo tiene que tomar. Hay unos desafíos enormes, pero creo que estamos bien encaminados. Estamos con un equipo muy bueno trabajando en forma cooperativa con otros países.

Dicho esto, creo que va a ser muy interesante conocer las experiencias que se van a ir desarrollando a lo largo de este webinar. Está todo el apoyo por parte de INTA, estamos muy conformes con la cooperación y esperamos que los resultados y los productos de todo este trabajo los podamos transmitir y extender a toda la agricultura familiar de nuestro país y de Latinoamérica.

Presentación de las exposiciones y los casos de estudio

Antes de pasar a las exposiciones el Coordinador del Proyecto explicó que el mismo se propuso generar conocimientos sobre experiencias innovadoras en lo que hace a la formación de mercados y al agregado de valor. En todos los casos, esas experiencias fueron impulsadas agricultoras y agricultores familiares, técnicos/as de agencias estatales, organizaciones de la sociedad civil y consumidores.

Las instituciones participantes del proyecto en España, el Instituto de Economía, Geografía y Demografía ([IEGD](#)) y la [Universidad del País Vasco](#); en Bolivia, la Fundación para el Desarrollo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (FUNDESNAP), el [Centro Universitario de Investigación en Agroecología \(AGRUCO\)](#), de Cochabamba, y la [Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia \(AOPEB\)](#). En el caso de Argentina, el [INTA](#), pero además las universidades nacionales de Mar del Plata, La Plata y Misiones.

Este grupo de instituciones ha participado desde el inicio del proyecto, pero lo cierto es que a lo largo de estos años se interactuó y articuló con investigadores/as y técnicos/as de una gran cantidad de instituciones que también trabajan estas cuestiones. En particular en Argentina se mencionaron a la Universidad Nacional de Quilmes, a la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires y al CONICET.

También se destacó el papel central que jugó la Fundación ArgenINTA, acompañando y apoyando



en todas las actividades que demandó la ejecución del proyecto.

Por último, se señaló que los resultados de este proyecto derivan de un diálogo continuo con agricultores, con técnicos/as, con funcionarios/as locales, de los territorios, que acompañaron todas las instancias de investigación. Las organizaciones y productores con los que se llevó adelante el proyecto son:

- en la ciudad de La Plata, los participantes de las ferias [La Veredita](#), la [Feria Manos de la Tierra](#), el [Paseo de la Economía Social](#) y la comercializadora [La Justa](#);
- en el caso de Misiones, los/as productores yerbateros del [Consortio Esperanza Yerbatera](#);
- los/as productores y productoras del Valle de Amblayo en Salta;
- los/as feriantes de la feria de huerteros de San Miguel de Tucumán;
- los/as comercializadores y productores del Mercado de Frutas y Verduras de Malvinas Argentinas del AMBA;
- los/as integrantes de las organizaciones [Che Verde](#), [MTE](#) y AFHOPyA (Asociación Frutihortícola de Productores y Afines de Gral. Pueyrredon), en el caso de Mar del Plata;
- los/as productores y productoras de los SPGs de Chayanta y de Palos Blancos, los/as feriantes y productores de la Feria Ecotambo y de EcoFeria, en Bolivia;
- los/as socios/as y productores de [Farmidable](#) y de [Madrid KM Cero](#), en la ciudad de Madrid, España;
- los/as agricultores que están involucrados en el proyecto Sareko y la Mesa de alimentación de Azpeitia.

Con todas estas personas y organizaciones se ha conversado y trabajado a lo largo de estos años de proyecto.

“El agradecimiento desde el equipo técnico y del proyecto es inmenso. Es invaluable el aporte que hemos recibido de ellos, en cuanto a sus observaciones, sus saberes y sus contribuciones.”
(Francisco Rodríguez, coordinador del proyecto FONTAGRO “Agricultores familiares, innovación y mercados”)



Verónica Carrapizo

Moderadora del webinar

Integrante del equipo de investigadores del proyecto. Ingeniera Agrónoma y Magister en Ciencia, Tecnología y Sociedad



Bienvenidos y bienvenidas. La idea de este seminario es generar un espacio de intercambio a partir de los estudios de caso realizados en los tres países: España, Bolivia y Argentina. También compartir reflexiones sobre las recomendaciones que surgen a partir de los análisis realizados. Para eso contamos con seis expositores. En primer lugar, van a hablar Ariel García y Carlos Cowan Ros, de Argentina; luego Eduardo Malagón y Javier Sanz Cañada, de España; seguidamente Nancy Coparicona, de Bolivia; y finalmente Laura Viteri, de INTA Argentina.

Presentación 1. Prácticas comunes de gestión de procesos de innovación para el agregado de valor y el acceso al mercado (Argentina, Bolivia y España)

Carlos Cowan Ros



Ingeniero Agrónomo, Magister en Desarrollo Rural y Dr. en Ciencias Sociales aplicadas a la Agricultura, Sociedad y Desarrollo. Investigador Independiente del CONICET, con unidad de trabajo en el Centro de Estudios Urbanos y Regionales (CEUR) y Director de la Especialización en Desarrollo Rural de la UBA.

El estudio que nos tocó hacer fue, de alguna forma, un privilegio. Nos convocaron para hacer un estudio comparativo de diferentes estudios de caso que se habían realizado sobre innovaciones generadas en relación a mercados. Tuvimos un desafío hermoso y un abordaje muy lindo que nos gustaría compartir en esta ponencia.

Lo primero que tuvimos que definir es desde dónde podíamos abordar este análisis relacional entre diferentes casos que cubrían:

- 17 experiencias
- 12 de estudios de caso
- 3 países (Argentina, Bolivia y España)

Algunos estudios de caso comprendían más de una experiencia, como el estudio realizado en Mar del Plata, que abordaba tres experiencias concretas. Asimismo, el análisis realizado en tres países introdujo una heterogeneidad interesante, en términos de realidades sociales, culturales y económicas y también en relación a un tema que nos interesó en particular rescatar: los marcos normativos que regulan las posibilidades de esos mercados en cada contexto.

Con esta cantidad de variables debíamos encontrar una forma de unificar criterios que nos permitieran hacer estudios, al menos, relacionales, con el fin de identificar regularidades y elementos en común en las experiencias – pero también sus especificidades – e hicieran posible identificar cuáles son las experiencias que se pueden replicar o repetir e inspirar procesos semejantes en otros ámbitos, y qué factores y variables habría que tener en cuenta para que puedan tener éxito.

Lo primero que se definió fue la innovación como unidad de análisis. ¿Cómo definimos la



innovación? Siempre es una categoría que genera algunas dudas, algunas ambigüedades. Se la puede asociar a la creatividad desde la nada, como una generación espontánea, que no es justamente cómo la concebimos acá.

Trabajamos con una idea de innovación como proceso social – acá la idea de proceso es importante –, de co-diseño e implementación de respuestas innovadoras ante problemas específicos, que involucra y reorganiza conocimientos nuevos con los ya presentes. Aparece la idea del despliegue de respuestas, de estrategias y prácticas ante determinados problemas.

Lo que tomamos como unidad referencial de problema es este desafío que tienen los pequeños y medianos productores, o la agricultura familiar, de poder incrementar el valor generado y retener ese valor generado en los procesos de producción y comercialización, en estos procesos económicos en los cuales participan.

Cuando hablamos de innovación donde focalizamos es – en estos estudios de caso – en qué se identificaba como estas respuestas, estas estrategias, que buscaban incrementar y retener el valor generado, en estos procesos.

Asimismo, decidimos:

- ✓ Abordar la innovación como resultado: analizando cómo estas prácticas se cristalizaban en modelos. Cómo era la respuesta a la que finalmente se llegaba.
- ✓ Abordar la innovación como proceso: poder entender ese proceso que posibilitó la emergencia y la consolidación de esa respuesta.

Innovación como resultado

Cuando pensamos en la innovación como resultado, buscamos identificar algunas características de estas innovaciones. Lo cual tiene que ver con construir cierta tipología en relación a las mismas. A partir de esa tipología y poder entender de qué estábamos hablando, nos permitía establecer una mirada relacional en los casos que lo habilitaba.

Queríamos ver en qué ámbitos ocurría esa innovación. Cuando decimos ámbitos hablamos tanto de las diferentes fases del proceso productivo (la producción del producto o la mercancía a ser vendida, los procesos de agregado de valor en esa mercancía o ese producto, etc.), o de la fase comercial, pero también las innovaciones en relación al ambiente, la dimensión normativa.

Este último punto nos parece interesante pensarlo todo el tiempo, de no entender solamente la innovación para mejorar las condiciones de producción, agregado de valor y retención de ese valor dentro de los actores, sino también tener en cuenta que el ambiente, los marcos



regulatorios sanitarios, impositivos, municipales, de comercialización, condicionan y regulan esas posibilidades tanto de generar valor como de apropiarse de ese valor.

Ver en qué medida este tipo de innovaciones, en el proceso productivo / comercial, estaban en relación o no con cambios en los marcos normativos, institucionales, etc.

Otra dimensión para caracterizar estas innovaciones era el alcance: ver dónde impactaba y dónde uno la registraba. Si a nivel local, a nivel provincial o si eran innovaciones en mayor escala a nivel nacional.

También se analizó la originalidad o replicabilidad: ver si la experiencia ya tenía una referencia, por lo menos en el ámbito nacional, entonces la podíamos pensar en los términos de una replicación. Cuando hablamos de replicación no estamos diciendo repetir exactamente lo mismo, sino con toda la resignificación e innovación que adquiere en cada espacio, en cada contexto, y en relación a los actores que la protagonizan. Esto nos permite identificar innovaciones que son factibles de ser repetidas y reproducidas, y por lo tanto son alternativas interesantes para pensarlas en el marco de políticas públicas, o si es una innovación que aparece con cierta originalidad en cuanto a que no hay algún otro registro en el interior del país.

Innovación como proceso

En la otra dimensión, la que tiene que ver con el proceso, nos interesaba ver los factores que posibilitaron la emergencia de esa innovación como así también su sostenibilidad.

En este caso indagamos sobre:

- cuáles habían sido los actores y las instituciones participantes (cuando hablamos de instituciones estamos pensando en organizaciones en términos de actores colectivos que pueden ser estatales o no estatales);
- cuáles eran los capitales que se pusieron en juego para la emergencia a la innovación (capitales económicos, culturales, sociales, políticos, etc.). Qué recursos tuvieron que ser movilizados tanto para que emerja como para que se sostenga la innovación;
- los significados: muchas veces se movilizan significados en torno a una innovación que no se restringen a la cuestión económica o a la generación de valor, se pueden movilizar otras formas de pensar la economía o la producción, sentidos vinculados al ambiente, a la sociabilidad, a lo cultural. Pensar estos procesos no únicamente como procesos unidimensionales en términos económicos sino reconocer la multiplicidad de dimensiones que se movilizan, que significan y que le dan sentido en la práctica de los propios sujetos;
- cómo se gestionan las diferentes problemáticas y alternativas de solución a través de los dispositivos organizativos y de gobernanza. Cómo el propio grupo que produce y lleva a



cabo la innovación también produce diferentes modalidades para organizar y regular ese proceso: control, organización, toma de decisiones, división de trabajo, articulación, etc.

Breve repaso de las diferentes cuestiones observadas

La comercialización fue el eslabón en el que con mayor fuerza aparecieron las innovaciones incluidas en los estudios de caso. Un dato que tiene que ver también con que la comercialización opera como un “cuello de botella” en estos procesos de transformar la producción primaria, en la venta y en el ingreso para las familias.

Aparecen dos formatos para destacar:

- 1) La feria: como la conocemos en Argentina, pero que también aparece con gran fuerza tanto en España como en Bolivia. Las ferias francas o diferentes formatos de feria de productores de la agricultura familiar. Aparece como un dispositivo muy replicado, lo cual informa bastante acerca de la flexibilidad y la adaptabilidad que tiene, no solamente para los propios protagonistas de la agricultura familiar sino también para los marcos institucionales en los cuales se instala.
- 2) Los centros de acopio y logística: en grandes ciudades. Aparecen con fuerza en Madrid y en el País Vasco. Buscan, más que nada en esta fase vinculada a la logística y la distribución de procesos de comercialización, articular actores para tornar más eficiente la acción.

Luego, en menor medida, aparecen otras innovaciones que operan en otras fases del proceso productivo o comercial, pero lo hacen con menos fuerza, en menos casos.

Aparece la idea de la producción primaria articulada a la comercialización, es decir, innovaciones que articulan las dos fases. Por ejemplo, los procesos de transición agroecológica. De producir un producto diferenciado, donde se movilizan significados que no solamente pasan por lo económico, sino también la conciencia ambiental y la producción saludable de alimentos. Aparecen objetivos más allá de la producción de valor y retención de ese valor, y esto también se lo ve en los tres países y está muy vinculado a una demanda creciente de los consumidores. Se pone en relación no solamente estos protagonistas que participan del proceso productivo comercial, sino también con otros actores que están buscando ese tipo de alimentos.

El agregado de valor

En lo que tiene que ver con el agregado de valor, o sea en la transformación de productos, o industrialización en algunos casos, aparecieron menos experiencias, pero muy valiosas que nos informan mucho para pensar estos procesos innovadores. Acá nos podemos preguntar: ¿por qué no aparecen con tanta fuerza sabiendo que justamente es la fase de agregado de valor?



Aparecen limitantes tanto en cuestiones tecnológicas como en cuestiones normativas. *Los marcos normativos, bromatológicos, impositivos, fiscales, no necesariamente están adaptados o pensados para esta escala de producción, sino que están pensados más para escalas industriales. Eso constituye una limitante en estos procesos de innovación.*

La gobernanza

En relación a la gobernanza en términos estatales, ¿cuáles fueron las innovaciones que pudieron transformar los marcos normativos? Hay algunos casos que intentaron transformar marcos normativos vinculados a procesos de industrialización o producción de alimentos, en términos de producción campesina. Por ejemplo, en el caso de Amblayo (Salta, Argentina), una iniciativa de producción artesanal de quesos, o en otras experiencias que tienen que ver con sistemas participativos de garantías que también están regulados desde lo estatal. Son casos interesantes donde se trabaja relacionamente no solamente las transformaciones productivas sino también los marcos normativos, pero que revisten un desafío mayor.

Cuando vemos formas de gobernanza no estatales, podemos ver los procesos que se generan tanto al interior de estos grupos, que impulsan innovaciones que muchas veces tienen que ver con protocolos y normas organizativas en la toma de decisiones en los procesos de producción, muy vinculados a sistemas de producción agroecológica, o en transición, que no están vinculados a controles estatales; pero también lo podemos ver en procesos de articulación y/o complementación de actores territoriales en torno a lo productivo comercial (cómo a nivel territorial se dan modalidades de organización que buscan transacciones en términos más cooperativos por más que involucren un intercambio económico).

Alcance geográfico

El alcance geográfico fue fundamentalmente local y eso se explica por el tipo de organizaciones analizadas, por el tipo de actores estatales y no estatales, por su foco de intervención.

También se observa cierta diversidad en función del tipo de innovación. Cuando se observan innovaciones comerciales o de producción primaria articulada con la comercialización, se ve un foco más local. Cuando se observan los intentos de transformar la normativa de producción de alimentos vamos a ver que la escala se amplía a nivel provincial y a nivel nacional.

Originalidad / replicabilidad



El término “originalidad” es, por lo general, una palabra controversial. La gran mayoría de las innovaciones analizadas están inspiradas en otras experiencias en los entornos nacionales y buscan aplicarlas y reproducirlas con sus especificidades en los contextos locales. Fueron muy pocas las que emergen desde una originalidad más plena o innovadora.

Cuadros de síntesis

Unidad de análisis: innovación

Dimensiones de análisis:

Innovación como **resultado** ¿Qué características tienen las innovaciones?

Ámbitos (productivo/agregado de valor, comercial, organizativa y/o normativa),
Alcance geográfico (local, provincial, nacional),
Originalidad y replicabilidad,

Innovación como **proceso** ¿Qué factores posibilitaron la emergencia y sostenibilidad de las innovaciones?

Actores/as e instituciones,
Capitales (económicos, culturales, sociales, políticos, etc.),
Significados,
Problemáticas y alternativas de solución (organización, gobernanza, etc.).

Ámbito:

Comercialización: ámbito privilegiado (“cuello de botella”)

“Feria” muy replicada: adaptabilidad a la AF y reglamentaciones municipales.

“Centros de acopio y logística” en grandes ciudades (Madrid y País Vasco).

Producción primaria articulada a la **comercialización**

(Transición) agroecológica muy replicada: creciente demanda de consumidores/as

Transformación/industrialización: pocas experiencias, problemas normativos y organizativos.

Gobernanza (normativas y regulaciones)

No estatales

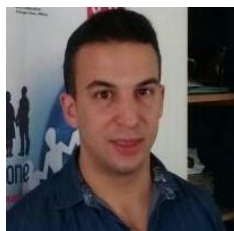
Protocolos de producción (SPG), elaboración y presentación de productos (ferias),
Protocolos organizativos y para la toma de decisiones,
Articulación / complementación entre actores territoriales.

Estatales: Escasas experiencias

Alcance geográfico: fundamentalmente local.

Originalidad: inspiradas en otras experiencias

Ariel García



Dr. en Geografía, Magister en Estudios Sociales Agrarios de FLACSO, Licenciado en Geografía de la UBA, Investigador Independiente CONICET en el Centro de Estudios Urbanos y Regionales (CEUR), en donde Coordina la Línea de Investigación en Desarrollo Regional y Economía Social (DRyES).

Organización y sostenibilidad

Una cuestión que nos parece importante destacar, a partir de la gran dimensión de la **innovación como proceso**, es pensar algunas regularidades, cuestiones particulares, cuestiones que tienen que ver básicamente con ciertas circunstancias específicas históricas, respecto de la condición de posibilidad en las cuales se dan y se despliegan estas innovaciones.

La primera cuestión que aparece muy marcada es el tema de la sostenibilidad. Cuando pensamos en sostenibilidad, en esta investigación, no la pensamos en términos meramente económicos, sino en términos sociotécnicos, socioeconómicos, con lo cual adquiere una significación bastante singular la cuestión de la organización de las experiencias.

Por más que haya financiamiento, muchas veces las experiencias no llegan a buen puerto, o no se pueden reproducir intertemporalmente, porque no hay organización que las promueva y que las sostenga.

La segunda cuestión es que – es inevitable decirlo – las experiencias analizadas en muchos casos se toparon con la pandemia y ese enfrentarse con una pandemia ha implicado una fuerte limitante para su despliegue. Hay casos en los que no se pudo realizar del todo la experiencia tal cual estaba concebida inicialmente o que hubo que rectificarla.

Una cuestión que es también interesante en lo inter-temporal que estamos marcando es la cuestión de que esta sostenibilidad no se da necesariamente en el vacío, sino que tiene que ver con una capacidad de innovación que está dada por la pre-existencia de diferentes dispositivos (sean mercados, sean ferias). Siempre la pre-existencia de estas circunstancias específicas, en las



cuales se van codificando saberes – sean sociotécnicos o sean organizacionales –, son relevantes para ver la proyección que tiene la experiencia en sí misma.

La estatalidad

También es importante remarcar la idea de que la estatalidad adquiere una singularidad en cuanto a la articulación, es decir, el Estado – como aparato complejo de occidente – está siempre inmiscuido por diferentes motivos. Por ejemplo, en lo normativo que se mencionó anteriormente como campo en disputa. La estatalidad contiene una cuestión que tiene que ser remarcada en estos análisis relacionales.

Asimismo, si uno lo piensa como proceso, también el Estado, que se concibe como agente que impulsa o promueve, va a generar una limitación para la gobernanza y un condicionamiento para la sostenibilidad. No quiere decir esto que vemos a partir del análisis realizado que el Estado sea un obstáculo, pero sí que muchas veces, cuando se descansa meramente en la funcionalidad del aparato estatal, cuando ese Estado o esa organización estatal está siendo desplegada o despegada de la experiencia, muchas veces genera cierto cortocircuito. Con lo cual esta construcción de capacidades sociales, organizacionales, para tener en cuenta la proyección intertemporal de la experiencia, es muy relevante en los casos analizados.

Por eso también nos parece interesante remarcar acá que la gobernanza debe estudiarse siempre en contextos de conflicto. No podemos pensar que la propia noción de disputa o de conflicto debe ser despegada del análisis. Al contrario, muchas veces el conflicto es performativo y a la vez es productivo. Un conflicto abierto, cuando se puede resolver por canales institucionales, puede enriquecer la experiencia. En muchos casos ha pasado eso de hecho.

La sostenibilidad intertemporal

La sostenibilidad intertemporal, que excede lo estrictamente financiero, es condición de posibilidad siempre: para el involucramiento de multiplicidad de agencias estatales y no estatales, para la codificación de esa innovación sistémica. Es decir que la innovación como proceso, muchas veces, puede quedar en el vacío al no estar escrita, por ejemplo, al no estar codificada, al no estar replicada, puede perderse como originalidad.

La cuestión que también aparece en varias de las experiencias analizadas es la de la normatividad como un campo de y en disputa. La normatividad como esa frontera porosa del Estado, con el cual se puede legalizar y legitimar alguna cuestión y otra no, incluso puede aparecer como diferente interpretación de diferentes agencias del Estado. Con lo cual, la cuestión de la normatividad siempre aparece muy remarcada, como condición de posibilidad de esa replicación.



Por último, en los tres países se alude a la normativa estatal (certificación de producción ecológica, adecuación de marcos bromatológicos, figuras fiscales tributarias para la agricultura familiar). Todas estas experiencias nos generan la idea que tienen un potencial muy relevante para aportar a elementos de la política. Es decir, que toda esta conjunción de resoluciones parciales, intertemporales, que se dan, pueden ser un caldo de cultivo, un conjunto de elementos centrales, para poder construir más normatividad respecto a estas particulares formas de comercialización.

Cuadros de síntesis

Las experiencias poseen despliegue reciente, ello impide observar condiciones de **sostenibilidad inter-temporal (heterogeneidad)**.

El Covid ha implicado límites de despliegue (Farmidable, Red de Ferias) y condicionamiento de las **innovaciones**.

La sostenibilidad de la gobernanza está influida por la capacidad de innovación dada por **tramas preexistentes** en diferentes mercados (Consortio La Esperanza, Sareko, EcoTambo).

Estatalidad como articulación (excepto Farmidable y Mercado de Frutas y Verduras).

Cuando el Estado se concibe y constituye como agente que impulsa, se producen límites para la gobernanza (asimetrías de capitales) y se condiciona la sostenibilidad (Feria de Huerteros, Mar del Plata, Red de Ferias).

Por esto, la gobernanza debería estudiarse en contextos de conflicto (Azpeitia, Mar del Plata).

La sostenibilidad inter-temporal (capital social extendido) es condición de posibilidad en el involucramiento de multiplicidad de agencias estatales y no estatales (gobernanza estable, innovación sistemática).

La normatividad como campo de y en disputa (legalidad), permite plantear interrogantes (Amblayo, Palos Blancos, Eco-Tambo) para la construcción de otros mercados.

En los tres países se alude a la normativa estatal que interviene con sus especificidades en ESS, en certificación de producción ecológica, en adecuación de marcos bromatológicos para la comercialización y en figuras fiscales-tributarias para la AF: potencial para aportar a lineamientos de política.

Presentación



https://docs.google.com/presentation/d/1SX0SU3b-38LwhjB53ve0uTY-JvVW_XFe/edit#slide=id.p1



Presentación 2. Recomendaciones y hallazgos: centros logísticos de la Agricultura Familiar en España

Eduardo Malagón



Licenciado en Cs. Económicas y Empresariales, Dr. en estudios de desarrollo de la Universidad del País Vasco, de España. Especialista en desarrollo rural y políticas públicas del sector agropecuario e investigador en la evaluación de las políticas de desarrollo rural cofinanciadas por la Unión Europea.

Compartimos las principales recomendaciones y reflexiones que nos han surgido tras todos estos años de investigación en cuatro casos concretos que hemos analizado: dos casos en Madrid y otros dos casos en el País Vasco.

✓ Madrid KM Cero

Centro logístico de productores agroecológicos.

Impulsado por el ayuntamiento de Madrid (proyecto MARES, con financiación UE).

Funciones: recepción de mercancía, picking, almacenamiento, gestión de pedidos y transporte hasta el punto de entrega o venta.

Spin off: comercializadora, con un catálogo común y comercialización conjunta de carteras de clientes.

Como consecuencia del propio proceso de desarrollo del centro logístico surge una nueva idea de negocio que es una cooperativa de comercialización que trata de llegar a una cartera de clientes más o menos amplia con un catálogo y una comercialización conjunta por parte de los clientes, empresas o personas socias de Madrid Km0.

✓ Farmidable

Start up. Tres personas socias.

Plataforma en línea para la compra de producto local.

Objetivo: crear comunidades de consumo de alimentos locales de calidad, en centros de trabajo, colegios, etc.

Empleo de inserción social.

Pese al crecimiento de la actividad durante la pandemia, cesa su actividad en julio de 2020 por problemas de gobernanza entre los socios.



Farmidable es una empresa “convencional” que surge con tres socios. Es una empresa capitalista. Esta empresa también tenía un componente social porque incorporaba para la gestión de pedidos y la organización de la distribución a personas de familias monoparentales.

✓ **Sareko**

Red de productores agroecológicos de la provincia de Gipuzkoa, en el norte del País Vasco, organizados para el abastecimiento de la hostelería.

Impulsado por el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica del País Vasco.

Medida de cooperación del Gobierno Vasco (PDR 2015-2020)

Centro logístico para la hostelería en la comarca de Donostialdea (más de 300.000 habitantes, Gipuzkoa, País Vasco).

La comarca de San Sebastián se caracteriza por tener uno de los sectores gastronómicos más pujantes del conjunto del estado español. Sin embargo, este sector gastronómico tiene dificultades para tener una relación fluida y regular con los productores agroecológicos de la zona. Sareko trata de subsanar esto y establecer vinculaciones entre los productores del entorno con la hostelería de la capital.

La pandemia frenó su actividad, reorientándola al abastecimiento de grupos de consumo.

✓ **Elikagunea**

Supermercado cooperativo creado en 2017.

Ubicado en Azpeitía (15.000 habitantes, Gipuzkoa, País Vasco).

Impulsado por el ayuntamiento de Azpeitía.

Vinculado a la reforma del mercado de productores locales.

Medida de Cooperación del Gobierno Vasco (PDR 2015-2020)

Realiza actividades de distribución y abastecimiento de alimentos en restauración colectiva (colegios, residencias de personas ancianas).

Gestiona un centro de acopio de producción local.

Javier Sanz Cañada



Dr. e Ingeniero Agrónomo de la Universidad Politécnica de Madrid, con especialización en economía agroalimentaria. Actualmente es coordinador del grupo de investigación “Sistemas Agroalimentarios y Desarrollo Territorial” del Instituto de Economía, Geografía y Demografía del CSIC de Madrid, España.

Recomendaciones estratégicas y de políticas públicas

Compartimos ahora las recomendaciones estratégicas, es decir las relativas a la organización de los propios productores, del propio sector, así como a las recomendaciones de políticas públicas.

Estas reflexiones se basan en el estudio y el debate a partir de estos cuatro casos, y también en un trabajo en el cual he participado recientemente, que es el *Libro Blanco de la alimentación sostenible en España*¹ (en el cual analizamos la logística y distribución cooperativas).

Los cinco ejes en los cuales se han estructurado estas recomendaciones son:

- 1- Personal especializado en la dinamización de los procesos participativos constituyentes
- 2- Políticas de subvenciones a las inversiones en capital fijo
- 3- Compra pública alimentaria responsable y su armonización con los centros logísticos
- 4- Digitalización de los centros logísticos
- 5- Gobernanza ascendente e inclusiva

1- Personal especializado en la dinamización de los procesos participativos constituyentes

Los/as productores disponen de poco tiempo para la cantidad de decisiones que hay que tomar en estos procesos participativos y para llevar a cabo una iniciativa de este tipo. Entonces, es básicamente imprescindible que existan dinamizadores. En general, éstos son sostenidos a partir de fondos públicos, que en general en nuestros casos provienen de la Unión Europea en su origen. Los Programas de Desarrollo Rural del Gobierno Vasco han financiado la dinamización tanto de SAREKO, como de ELIKAGUNEA, y en el caso de Madrid KM Cero, la dinamización ha sido financiada por el Programa MARES del Ayuntamiento de Madrid.

¹ Disponible en https://www.fundacionalternativas.org/storage/publicaciones_archivos/1bb2f2f82aabb0c051c197d17b4182a.pdf



Además del proceso participativo constituyente, que consiste en facilitar la toma de decisiones con detenimiento por parte de los/as productores y la creación de redes que les empoderen entre sí para que la alternativa sea sostenible, son muy apreciadas la puesta en contacto de los/as dinamizadores con técnicos/as y expertos/as que puedan asesorar o acompañar los procesos en torno a diversos temas (figura jurídica, cuestiones sanitarias, de infraestructura, etc.).

- ✓ En fases iniciales, necesidad de fondos públicos (UE) para su financiación
- ✓ Proceso participativo constituyente: facilitar la toma de decisiones de los/as productores y creación de redes
- ✓ Acompañamiento técnico, reglamentación técnico-sanitaria en centros logísticos, cuestiones jurídicas a nivel empresarial

2- Políticas de subvenciones a las inversiones en capital fijo

- ✓ Iniciativas altamente innovadoras (generalmente desde la agroecología a través de personas muy formadas), pero con alta precariedad económica
- ✓ Necesidad de inversiones de cierta entidad en equipamientos e instalaciones
- ✓ Importancia del apoyo público: financiación / disposición de instalaciones públicas. Por ejemplo, en el caso de ELIKAGUNEA
- ✓ Necesidades de financiación en fases posteriores: por ejemplo cocinas, obradores, etc.

3- Compra pública alimentaria responsable y su armonización con los centros logísticos

- ✓ Política de alto efecto motor en el impulso a la alimentación sostenible
- ✓ Grandes dificultades en el abastecimiento diario y variado a los comedores, sin generar altos costes de transacción para los comedores
- ✓ *Food hubs* o centros logísticos como piezas imprescindibles en la sincronización con el abastecimiento diario a los comedores: concentración de la oferta y eliminación de los desfases temporales con la demanda

4- Digitalización de los centros logísticos

- ✓ Principal herramienta para el funcionamiento eficiente de los centros logísticos:
 - Reducción de costes logísticos, esencial para el salto de escala
 - Reducción de la huella de carbono
 - Mejora de la trazabilidad del origen de los alimentos: acercamiento entre productores y consumidores
- ✓ Herramientas digitales

- Optimización de las rutas de transporte
- Cálculo de la huella de carbono
- Interconexión del sistema de transporte con gestión de pedidos y de stocks, con el sistema contable y con las plataformas de venta en línea
- ✓ Políticas de apoyo a la compra y adaptación de programas informáticos. Programas de formación para su uso.

5- Gobernanza ascendente e inclusiva

- ✓ Condición necesaria de la durabilidad de los procesos de acción colectiva
Los procesos de democracia participativa son en general muy lentos, pero por otra parte son imprescindibles porque el empoderamiento de los distintos agentes y de los agricultores, hace que hagan suyo el proyecto y así será sostenible y durable. Papel esencial de la dinamización ya mencionada.
- ✓ Requisitos de una buena gobernanza: papel esencial de la dinamización
 - Identificación de valores y principios comunes (los principios de la agroecología, por ejemplo).
 - Construcción de relaciones de confianza
 - Participación, coordinación y apoyo mutuo
 - Profesionalización de la logística y la distribución
- ✓ Papel esencial de las administraciones locales como núcleos de empoderamiento

Reflexiones finales

Los centros logísticos son una pieza angular de la nueva institucionalidad para el impulso a la alimentación sostenible.

La acción colectiva es imprescindible para la integración y profesionalización de las funciones logísticas (almacenamiento, picking y transporte)

Pero también puede servir esta institucionalidad como núcleo de integración colectiva de otras funciones de comercialización mayorista o minorista.

Por último, decir que *estos centros logísticos de productores agroecológicos son innovaciones sociales porque contribuyen a la transición ecológica, al cambio social y constituyen nuevas formas de organización colectiva.*

Presentación



<https://docs.google.com/presentation/d/1Tv7Rtjz43S3CYsSMrKemZxtQfXX145z3/edit#slide=id.p1>

Presentación 3. Los Sistemas Participativos de Garantías en Bolivia

Nancy Coparicona



Licenciada en Agronomía, con una especialización en producción ecológica, certificación y comercialización. Actualmente trabaja en la Unidad de Coordinación del Consejo Nacional de Producción Ecológica de Bolivia. Es responsable del proyecto “Fortalecimiento de la producción ecológica en Bolivia”.

Los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) son un instrumento de promoción de la agricultura ecológica. Contribuyen al fomento de la producción y la transformación, al consumo local y nacional de alimentos ecológicos, al fortalecimiento comunitario, a la protección del medio ambiente, al uso responsable de los recursos naturales y la inclusión de familias de productores de mercados que reconocen el valor de su trabajo y su producción, fortaleciendo las economías de reciprocidad y solidaridad de las familias productoras y consumidoras. Además, con el SPG se respeta y garantiza la equidad de género, se rescata y valoriza los diferentes saberes y culturas del país, estimulando su integración.

La situación actual de los SPG en Bolivia

Existen en Bolivia 44 SPG registrados que están distribuidos en siete departamentos (Cochabamba, Chuquisaca, La Paz, Potosí, Santa Cruz, Oruro, Tarija, Beni y Pando). Con estos se está trabajando puntualmente en la certificación ecológica para el mercado local-nacional. Estos aglutinan a 4.378 productores y sus explotaciones abarcan una superficie de 36.564 hectáreas, con un volumen de producción de 13 millones de kg y donde se han certificado 286 cultivos. En la actualidad también hay 11 SPG en proceso de certificación, que están en este momento para la etapa de la obtención del registro SPG.

En Bolivia está la ley 3.525 que es de “Regulación y promoción de la producción ecológica agropecuaria y forestal no maderable”. La ley prevé dos tipos de certificaciones: una es el reglamento de la “Norma técnica nacional para la producción ecológica” que está orientado a la producción para la exportación; la otra es la “Norma técnica nacional: Sistemas participativos de garantía”, que está orientada al comercio local y nacional.

La ley se aprobó en el año 2006. Para dar efecto a la misma se crean dos instancias, el Consejo



Nacional de la Producción Ecológica (CNAPE) y el Sistema Nacional de Control de la Producción Ecológica (SNCPE):

- 1) El Consejo Nacional de la Producción Ecológica (CNAPE) depende del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras. Tiene un directorio compuesto por presidente, vicepresidente, secretario y dos vocales. En el Consejo está representado el sector público (7 ministerios) y el sector privado (a través de las organizaciones sociales). Una de las organizaciones que más participación ha tenido en el proceso es la Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (AOPEB).

El CNAPE es el ente responsable de planificar, promover, normar, gestionar y apoyar el establecimiento de programas y proyectos y elaborar lineamientos de políticas de desarrollo de producción ecológica.

También se creó una Unidad de Coordinación del CNAPE, dedicada a ejecutar el mandato del CNAPE. La UC depende funcional y orgánicamente del directorio.

- 2) El Sistema Nacional de Control de la Producción Ecológica (SNCPE) tiene como función dar cumplimiento a las regulaciones de producción ecológica. Debe garantizar que todos los actores que forman parte de la producción ecológica estén cumpliendo la ley. En este caso hablamos de los dos sistemas de certificación que están contemplados dentro de la ley: para el comercio internacional (a través de certificadoras bajo ISO 17065) y para el comercio nacional y local (bajo los sistemas alternativos SAG /280 y SPG 020/12).

Los SPG en Bolivia se pueden diferenciar y caracterizar por su alcance geográfico (nacional, municipal y otros), por su composición (públicos o privados) y por su contexto (social/cultural, indígenas, originarios, campesinos, comunitarios).

La normativa indica que para su funcionamiento un SPG debe contar con una estructura que incluye un representante del SPG y un Comité de Garantía (con los/as consumidores inmersos en este proceso más los evaluadores: productores, consumidores e instituciones públicas y privadas).

¿Cuáles son las diferencias entre los distintos SPG?

Por ejemplo, en el caso del SPG Municipal de Palos Blancos, uno de los estudios de caso analizados, la representación del SPG fue asumida íntegramente por el gobierno municipal, en la persona de un concejal. Asimismo, en este caso, la estructura del Comité de Garantía está integrada por instituciones públicas y privadas (forman parte universidades que son de la región, instituciones que apoyan el desarrollo de la producción ecológica y obviamente el gobierno



municipal que está como entidad pública) y en representación de los/as consumidores participan también restaurantes y mercados, así como representantes de productores. En cuanto al papel de los/as evaluadores el municipio cumple un papel central porque ha designado como evaluadores a sus técnicos/as, que son los/as encargados de hacer el seguimiento y la evaluación en las parcelas.

Esta es una diferencia que existe entre los SPG: el rol de los técnicos municipales.

En cambio, en el SPG de Chayanta, que es un SPG más comunitario, más originario, el representante ya no es un responsable del municipio, sino que es un productor de la comunidad que se dedica al trabajo comunitario. Asimismo, en el caso del Comité de Garantía no está tan involucrado el gobierno municipal y sí hay productores, hay consumidores y hay entidades privadas que han venido apoyando el proceso de conformación del SPG. En el caso de los/as evaluadores, son los mismos productores comunitarios que se han certificado quienes han elegido a sus evaluadores. Ellos/as son los encargados de hacer la evaluación en las parcelas. Esa es la diferencia que hay entre los dos SPG.

Sin embargo, como la normativa nos indica, la estructura se mantiene: un representante, un comité de garantía, evaluadores y productores.

Respecto del sello de producto ecológico, cuando califican, llevan el sello verde en sus productos. Los productores que califican como “en transición” llevan un sello blanco.

Comercialización

En Bolivia, la comercialización está más vinculada aun a los circuitos cortos. No se han generado mercados amplios de comercialización. Los productores son los encargados de hacer la comercialización de sus productos en mercados locales, en algunas ferias que se van impulsando a través del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, entre otras iniciativas.

Respecto de la identificación y uso de los sellos es variable. Algunos productores se identifican con los sellos y otros no lo hacen. Todavía no hay un buen posicionamiento del sello ecológico en el mercado local y esa es una de las dificultades que se tiene en este momento con el tema de la promoción. Falta aún un trabajo de promoción hacia los consumidores en todos los departamentos con los que se está trabajando con los SPG.

Por otro lado, como resultado de la pandemia, muchos SPG han canalizado su comercialización a través de medios online (por ejemplo, a través de WhatsApp), pero aún no se ha logrado tampoco allí una diferenciación de los productos a través de la certificación.



Cuellos de botella identificados

Productivo

Dificultades en el manejo del predio, presencia de plagas y enfermedades y uso de agroquímicos para el control de las mismas. Desconocen el uso de insumos naturales; no existe control en la venta de agroquímicos en el municipio.

En lo ambiental, los/as productores/as aun realizan la habilitación de sus terrenos con *chaqueo*, existe una deficiencia en el conocimiento de manejo de basura y de la importancia de la conservación de los bosques.

Certificación

- Poca importancia atribuida a la certificación por parte de los/as productores/as que se pone de manifiesto en el hecho de no actualizar su documento de garantía.
- Exceso de burocracia para la obtención del registro por parte del Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG).
- Los recursos que se utilizan a nivel del SPG no son recursos destinados específicamente a la certificación y dependen del apoyo de proyectos e instituciones.
- El SPG se debe articular a la comercialización caso contrario no funcionará.
- Faltan acciones de promoción del sello ecológico y del producto.

Comercialización

- Altos costos de logística para acceder a los mercados.
- Debilidad de la organización de productores para ingresar a mercados potenciales.
- Ausencia de canales de comercialización y precios diferenciados para los productos ecológicos.
- Muchos SPG no cumplen los requisitos y reconocimiento jurídico para el ingreso a mercados estatales.
- Falta de acciones de promoción y sensibilización dirigidas a consumidores.

Conclusiones y recomendaciones

El SENASAG, como instancia de control, y la UC-CNAPE, como responsable del fomento y la promoción de la producción ecológica, no cuentan con recursos suficientes para atender a la población de productores ecológicos.



No se dispone de información confiable sobre la producción ecológica.

Los SPG no generan sus propios recursos y dependen de la obtención de financiamiento externo para su funcionamiento.

El presupuesto que se requiere para el funcionamiento de un SPG es alto, lo cual amenaza su sustentabilidad.

Existe un desconocimiento de las autoridades municipales de las normativas ecológicas.

Se requiere una modificación a la normativa de la producción ecológica que permita flexibilizar los procesos de certificación.

Es necesario desarrollar un sistema informático amigable para el registro, actualización y control de productores y operadores de productos ecológicos.

Hay una necesidad de financiamiento estatal para fortalecer la producción ecológica en Bolivia.

No existen estrategias de promoción de la producción ecológica.

Falta de estrategias de comercialización de productos ecológicos.

Es importante trabajar en políticas públicas para la inserción de productos ecológicos en el mercado estatal.

Es necesario implementar centros de investigación e innovación en apoyo a la producción ecológica y la producción de semillas ecológicas.

No existe una diferenciación de los productos ecológicos respecto de los convencionales (desarrollo y diseño de marca, envases de la producción primaria).

Es importante desarrollar servicios financieros para la producción ecológica.

Presentación



https://docs.google.com/presentation/d/13r3VQOdb-muwlHtJ9vXvOIBjnoo_Wzp7/edit#slide=id.p1



Presentación 4. Estrategias Comerciales Innovadoras en Argentina

María Laura Viteri



Ingeniera Agrónoma egresada de la Facultad de Ciencias Agrarias (UNLP); Magister en Desarrollo Agrícola, Planificación y Políticas Agrícolas del Curso Vittorio Marrama, Universidad Federal Rural de Río de Janeiro (Brasil); PhD Sociología del Desarrollo Rural, Universidad Wageningen (Países Bajos). Es investigadora de la Unidad Integrada Balcarce (INTA - Facultad Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Mar del Plata) en el Área de Economía y Sociología Rural.

Presentación de los casos de estudio en Argentina (6)

- ✓ Salta (Amblayo): queso de cabra
- ✓ Tucumán: hortalizas y plantines
- ✓ Misiones: yerba mate
- ✓ La Plata: feria de alimentos
- ✓ Región metropolitana: mercado mayorista
- ✓ Mar del Plata: hortalizas

En el noroeste argentino se trabajó con dos experiencias, una en Salta, con el producto alimenticio del queso de cabra, específicamente de Amblayo; y la experiencia de la Feria de Huerteros en Tucumán. En el noreste argentino el producto estrella es la Yerba Mate a través de la experiencia del Consorcio Esperanza Yerbatera.

Por otro lado, se trabajó con tres casos de la provincia de Buenos Aires. En el norte de la provincia se abordaron dos casos. El primero de ellos es en la zona metropolitana, un mercado mayorista donde se buscó estudiar cuán importante era la agricultura familiar en la creación de ese mercado. El otro es una propuesta desde la Universidad Nacional de la Plata (UNLP) de tres ferias que hoy se han convertido en una comercializadora llamada La Justa. Por último, el caso de Mar del Plata, en donde la unidad de análisis es el territorio, el cinturón hortícola marplatense, y una multiplicidad de casos innovadores que se generaron en esa zona durante este último periodo.



¿Por qué tomamos estos casos?

El caso del queso de Amblayo nos pareció interesante porque había una intervención pública casi directa preocupada por el tema sanitario y porque la calidad del producto fuera buena. Allí surgen dos instancias distintas de intervención. Una que es bastante poco participativa en la cual los propios agricultores familiares que hacían los quesos, no estaban interesados/as en participar en una sala de elaboración industrial hecha por el Estado, prefiriendo producir los quesos en sus propias cocinas. Entonces es el Estado el que interviene y trata de adecuarse a la demanda de los/as agricultores.

En el caso de las ferias que están gestadas desde la UNLP, en tres facultades de la Universidad y ahora se han constituido en una comercializadora que vende una diversidad de productos de la agricultura familiar. Empezaron con las hortalizas (no agroecológicas, sino convencionales) y hoy tratan de vender otros productos relacionados no solo con la producción local, sino traídos de afuera, como por ejemplo la yerba mate, el aceite y la miel.

En Mar del Plata los casos que estudiamos fueron:

- una feria que surge en 2001 de un proyecto entre distintas facultades de la Universidad y el INTA. Allí queríamos estudiar cómo a lo largo del tiempo había seguido innovando y había persistido en el tiempo;
- también estudiamos casos de bolsones, que son muy heterogéneos. Hay distribución de bolsones desde emprendimientos privados, distribución de bolsones entre ex-empleadas del Estado y productores, entre otros;
- también tomamos en cuenta un sello de calidad que veíamos como una experiencia bastante fallida, pero nos interesaba como caso para estudiar las dificultades para llevarse a cabo.

El caso del Mercado Mayorista en la región metropolitana nos parecía interesante para ver justamente si era un mercado producido y construido por la agricultura familiar. Vimos a partir del estudio que después terminó en manos de intermediarios. Pero nos parecía interesante ver cómo estos mercados mayoristas si bien son canales tradicionales pueden también tener una lógica de búsqueda de espacio para la agricultura familiar.

El caso del Consorcio Esperanza Yerbatera es muy interesante también porque reúne una agricultura familiar un poco más capitalizada, que tiene su propia marca e interactúa desde otro lugar con el Estado.

Por último, la Feria de Huerteros en Tucumán nos pareció interesante por resultar de la promoción desde el Programa ProHuerta con el Ministerio de Desarrollo Social.



Heterogeneidades y políticas públicas

Todas estas experiencias, nacen en un país en donde el mundo del alimento está concentrado y en manos de grandes empresas. Este es el contexto en el que estamos todos/as. Todos/as como consumidores estamos atravesados/as por estas fuerzas de mercado, por estas publicidades, que también vienen a nuestra mesa cuando elegimos el alimento a consumir.

Asimismo, este contexto de concentración también está para el Estado y para las políticas públicas.

¿Cómo estas experiencias dialogan con el Estado?

Lo pensamos a través de tres situaciones:

- 1) Cuando el Estado es el que genera la acción en el territorio,
- 2) Cuando las organizaciones son las que le piden al Estado mayor acción,
- 3) Otras experiencias en donde pareciera que son emprendimientos individuales con escaso vínculo con el Estado.

De este modo, para sintetizar lo que pasa con las seis experiencias, vemos que: en Salta, con el queso de cabra; en la UNLP, con la feria y hoy como comercializadora; y el caso de la Feria de Huerteros de Tucumán, son ejemplos de una intervención casi directa del Estado. Lo que es interesante es ver cómo es la articulación con la agricultura familiar.

En el caso de las dos primeras, la articulación es muy positiva y vemos que son los mismos productores los/as que participan a la hora de tomar decisiones. Cuando los agentes hacen parte de la acción hay mayor sustentabilidad en el proceso, mayores posibilidades de “éxito” y sostenibilidad en el tiempo.

Los otros casos, en los que decimos que son las organizaciones las que demandan acciones estatales, los vemos, por un lado, en el Consorcio Yerbatero, porque ellos al ser un consorcio logran presionar al Estado y solicitar créditos blandos para poder cubrir todo el proceso de producción de la yerba mate. Y por otro lado, también lo vemos en Mar del Plata con muchas de las organizaciones. Con el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE) y la Unión de Trabajadores de la Tierra (UTT), por ejemplo. Todo esto pasó durante el periodo de pandemia. ¿Qué lograron ellos? Pedirle al Estado municipal, por ejemplo, un espacio para vender sus productos.

También la antigua Feria Verde de Mar del Plata surge así, pidiendo o presionando al Estado para que les otorgue un espacio.



Por último, como hemos dicho, identificamos otras experiencias en donde son emprendimientos privados los que toman la iniciativa y poseen escasos vínculos con el Estado.

Grado de sustentabilidad de las experiencias

¿A través de qué aspectos vemos que se pueden consolidar y garantizar la sustentabilidad de estas experiencias?

- ✓ Si la toma de decisiones parte desde los y las agricultoras familiares, tienen más posibilidades de continuar en el tiempo;
- ✓ Si el volumen de venta aumenta, va a haber más posibilidades de continuidad;
- ✓ El reconocimiento social (como en el caso de las ferias) es un motor importante para los y las productores;
- ✓ Contar con infraestructura logística es un condicionante importante (por ejemplo, vehículos / transporte);
- ✓ El acceso a la tierra (casos hortícolas) es otra limitante muy significativa;
- ✓ La movilización de voluntades políticas (municipio, provincia y nación), en cada caso, genera mejores espacios para su continuidad;
- ✓ El intercambio de saberes dentro de la propia experiencia (ejemplo en las ferias, entre productores, docentes, estudiantes, técnicos, etc.) también aporta al grado de sustentabilidad.

Desafíos (calidad, precio, remuneración del trabajo)

Por último, pensando en las recomendaciones políticas, y retomando lo planteado por Carlos Parera, Director Nacional de INTA, se resalta:

- ✓ La importancia de calidad sanitaria, gustativa y simbólica;
- ✓ Hay que abordar el interrogante vinculado a la remuneración del trabajo en la comercialización para que las experiencias funcionen en clave de sustentabilidad y no queden en el voluntarismo;
- ✓ La construcción del precio como un desafío para que los productos sean accesibles a todos los consumidores;
- ✓ Aumentar la fidelidad de los consumidores;
- ✓ Políticas públicas transversales (infraestructura, acceso a tierras, etc.).

Presentación



https://docs.google.com/presentation/d/1kcsq8smnTqdVCAe3EuaeZ9XdCCCXcL_o/edit#slide=id.p1

Espacio de intercambio con los/as expositores/as

⇒ *¿Cómo se financian los centros logísticos?, ¿qué porcentaje del costo de comercialización es cubierto por los/as productores? ¿cómo se fijan los precios de los productos?*

Javier Sanz Cañada - Los centros logísticos se financian por el mercado. El elemento principal es que los/as productores no son precio-aceptantes, sino que ellos/as ponen su precio. En el caso, por ejemplo, de Madrid KM Cero están protocolizados todos y cada uno de los servicios con un precio. Por ejemplo, servicio de intercambio, servicio de almacenamiento, servicio de transporte. Cada uno de los/as productores puede elegir qué servicio quiere o precisa. No hay financiación pública vinculada a las transacciones. Para lo que hay financiación pública es para las inversiones, para la dinamización, etc.

⇒ *¿Qué rol cumplen las y los consumidores en la evaluación de los SPG?*

Nancy Coparicona – Los/as consumidores son parte del sistema de control. El Comité de Garantía es la instancia de control que tienen los SPG a nivel interno. El SENASAG lo hace a nivel externo y a nivel interno lo hace el Comité de Garantía, donde están también los/as consumidores y donde es muy importante la confianza.

⇒ *¿Cómo piensan que se podría fortalecer o potenciar la articulación de la agricultura familiar con otros actores del territorio para sostener esos procesos de innovación?*

Carlos Cowan Ros - Una cosa que nosotros vimos, y nos parecía interesante traer a la reflexión,



va en relación al contexto institucional en el cual la innovación se genera.

En varias de las experiencias uno ve que toda la normativa sanitaria, de calidad de los alimentos, incluso la normativa fiscal, está generada para la lógica de la gran empresa, a gran escala. Supone no solamente una forma de producción, sino que también involucra racionalidades que no son compatibles con las lógicas y las racionalidades de la agricultura familiar. En este marco, hay que dar una discusión al interior de las diferentes estatalidades, los marcos normativos, pero también las formas y las concepciones donde intervienen los organismos de promoción del desarrollo: hay que transformar los marcos normativos, lo cual no significa sacrificar la calidad de los alimentos, pero sí tornarlos compatibles a otras formas de producción que no es la gran empresa capitalista. No necesariamente la gran escala de producción, la lógica de producción empresarial, es más eficiente y más eficaz (si lo pensamos en términos energéticos y medioambientales) ni tampoco es la única posible.

Es necesario trabajar en diferentes niveles, tanto la construcción de las innovaciones y la gobernanza a nivel territorial con los agricultores familiares y los protagonistas, pero también hay que transformar los marcos normativos.

Esto lo vemos en particular en Argentina. En otros países se ve que empiezan a aparecer normativas que tornan posible todo esto. El caso de Bolivia es interesante, por ejemplo, a través de una ley que empieza a plantear los procesos de transición agroecológica. Supone empezar a generar otro ambiente institucional que torna posible y habilita estas innovaciones.

⇒ *En los casos de Argentina, ¿se conoce si la pandemia favoreció y fidelizó a los/as consumidores de alimentos de la agricultura familiar? ¿y actualmente?*

María Laura Viteri - En algunos casos sí, creció la cantidad de consumidores e incluso se empoderó aún más la iniciativa de comercialización. Como en el caso de La Plata: se cerraron las ferias y nació una comercializadora.

Podríamos decir que sucedieron las dos cosas: experiencias que bajaron mucho su actividad, y muchos casos que se transformaron y fortalecieron por la pandemia.

⇒ *¿Los SPG certifican solamente que no emplean fitosanitarios ni abonos de síntesis inorgánica, como es el caso de la agricultura orgánica certificada, o también certifican la conservación de suelos, la biodiversidad, la circularidad?*

Nancy Coparicona - No, se trabaja desde una mirada de agrobiodiversidad. La certificación de los SPG está basada en cinco dimensiones:



- 1) Dimensión tecnológica productiva (manejo de cultivos y sistemas de control);
- 2) Dimensión ambiental (manejo del suelo, agua, basura, forestación);
- 3) Dimensión social cultural (la alimentación, el involucramiento de las familias en la producción, el vínculo con el entorno);
- 4) Dimensión económica (la forma de comercialización, la presencia de intermediación, etc);
- 5) Dimensión política (el liderazgo).

⇒ *¿Hicieron estudios sobre consumidores de productos ecológicos con y sin sello? ¿la tradición de estos consumos se da solo en circuitos cortos o también se da en supermercados?*

Nancy Coparicona - Si, se han realizado estudios por parte de diversas instituciones, también vinculados a cómo se va a posicionar el sello de la producción ecológica en el mercado. Pero está muy dispersa esa información.

A nivel de UC-CNAPE hemos logrado hacer el año pasado un diagnóstico productivo comercial en el que se ha identificado cuáles son los cuellos de botella a nivel de la comercialización. Lo que siempre aparece, en este marco, es que no hay visibilización del sello, ni la diferenciación de los productos ecológicos en el mercado.

En eso se está trabajando ahora, para ver cómo se va a desarrollar, dentro de un programa, la promoción del uso del sello.

De los 44 SPG que existen a nivel nacional, hay SPG que se han establecido bien, han entendido bien los procesos normativos y han trabajado bien con el tema de los productos transformados. En la actualidad existen dos o tres productos que se están comercializando en el mercado, en supermercados, ya con el sello del producto ecológico: es el caso de la miel, por ejemplo, las frutas deshidratadas y las barras de amaranto y quinoa que se han venido desarrollando, pero evidentemente falta bastante en la producción primaria.

Reflexiones en torno a la cuestión de género y los/as jóvenes

Javier Sanz Cañada - Con respecto a los/as jóvenes, hay unos problemas de recambio generacional muy importantes. Si bien es cierto que la tipología sociológica de la agroecología es más joven que la media y tiene más interés, posee menos medios, porque muchos no son hijos de agricultores, con lo cual les resulta muy difícil el acceso a la tierra.

Con respecto a los temas de género, sí es cierto que en algunas de las iniciativas la mayor parte



son mujeres y es un tema que se trabaja de forma muy proactiva vinculado a las economías feministas, al tema de los cuidados (de la tierra, de las personas). En ese marco creo que las relaciones son mucho más igualitarias que en otros ámbitos de la agricultura.

Carlos Cowan Ros - En los estudios de caso que hemos analizado, el papel de la mujer es protagónico. En algunos casos, el lugar de la mujer en la producción, en la comercialización, en la construcción de innovaciones, en la dirigencia de organizaciones, forma parte de una agenda de las propias personas que están llevando adelante la iniciativa. Aquí aparece esta idea de que estas iniciativas no solamente están vinculadas a lo económico, sino que movilizan otros significados, otros sentidos, distintos de lo que se suele pensar en términos de mercados, de economía, familia, organizaciones, etc.

Y en otros casos es una realidad que, más allá de no estar activamente como parte de una perspectiva feminista o de género en los proyectos, es una realidad esa participación protagónica de las mujeres.

Palabras de cierre y agradecimiento

A cargo de Verónica Carrapizo (moderadora) y Francisco Rodríguez (coordinador del proyecto FONTAGRO “Agricultores familiares, innovación y mercados”) – Agradecimiento a todos/as los/s expositores, a los/as participantes del webinar, al equipo de soporte en los nombres de Federico Miri (INTA Balcarce) y Florencia Chávez (INTA Balcarce) y a todos/as los/as integrantes del proyecto.



Link a Webinario

PROYECTO FONTAGRO
Agricultores Familiares, Innovación y Mercados

TRANSMISIÓN EN VIVO
YouTube
INTA Argentina

WEBINARIO
Reflexiones a partir de innovaciones en comercialización de alimentos de la agricultura familiar

VIERNES
3 DE JUNIO

9 h ARGENTINA
8 h BOLIVIA
14 h ESPAÑA

INSCRIPCIÓN = <https://bit.ly/reflexionesAF>

Temas de la sistematización de la jornada y otros: info@caso3projecto.com

ARGENTINA INTA FONTAGRO INTA Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca Argentina

<https://www.youtube.com/watch?v=XzR-lcrGL3s>





Instituciones participantes



Ministerio de Agricultura,
Ganadería y Pesca
Argentina



Secretaría Técnica Administrativa



Con el apoyo de:



www.fontagro.org

Correo electrónico: fontagro@fontagro.org