



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

## **Seminario Mercados alternativos de la Agricultura Familiar en Argentina, Bolivia y España**

**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

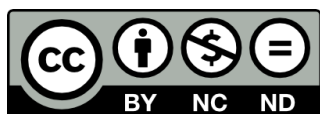
Copyright © 2022 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial- SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso 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](mailto:fontagro@fontagro.org)

[www.fontagro.org](http://www.fontagro.org)



# Tabla de Contenidos

## Contenido

<b>Apertura.....</b>	<b>5</b>
<b>Presentación 1 Políticas alimentarias urbanas de enfoque agroecológico en España..</b>	<b>7</b>
<b>Presentación 2 Innovaciones, desafíos y conflictos en los procesos comerciales de la agricultura familiar en Argentina.....</b>	<b>12</b>
<b>Presentación 3 Circuitos cortos de comercialización de hortalizas y nuevas dinámicas en los territorios.....</b>	<b>17</b>
<b>Presentación 4 Circuitos socioeconómicos alimentarios y universidades públicas en Argentina. La experiencia de incubación e investigación- acción de la Universidad Nacional de Quilmes.....</b>	<b>22</b>
<b>Espacio de intercambio con los/as expositores/as.....</b>	<b>29</b>



## Resumen

En los últimos años, las organizaciones de productores/as de la agricultura familiar en Argentina, España y Bolivia desarrollaron formas innovadoras para la comercialización de sus productos. Estas innovaciones están guiadas por el propósito de lograr una mayor autonomía en la determinación de los precios y en la definición de las condiciones de venta, articulan con organizaciones o grupos de consumidores y otras organizaciones urbanas propias del campo de la economía social, hacen lo mismo con el Estado y construyen mercados alternativos.

El seminario “Mercados alternativos de la Agricultura Familiar en Argentina, Bolivia y España” reunió a investigadores y profesionales que desde agencias estatales y Organismos no Gubernamentales animan y apoyan estas iniciativas.

El panel se realizó en el marco del proyecto Agricultores Familiares, Innovación y Mercados que se propuso 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. Para lograr ello se realizaron estudios de caso en cada país y un estudio comparativo de las innovaciones seleccionadas, se analizaron su sustentabilidad y las posibilidades de replicarlas.

Los inscriptos en el Seminario fueron 127 y 210 personas asistieron durante la transmisión en vivo por el canal de YouTube de INTA. El 44% de los inscriptos fueron mujeres y si bien la mayoría de los inscriptos eran de Argentina y Bolivia, participaron también desde Perú, España, Costa Rica, Brasil, Chile y Honduras.

**Palabras clave:** Agroecología, Sistemas Participativos de Garantía, Economía Social, Circuitos Socioeconómicos



## Apertura

### Sergio Dumrauf

Moderador del webinario



INTA Argentina. Licenciado en Trabajo Social y Médico Veterinario, Universidad Nacional de La Plata (UNLP)

Este webinario lleva por título “Mercados alternativos de la agricultura familiar en Argentina, Bolivia y España” y es continuidad del Seminario “Reflexiones a partir de innovaciones en comercialización de alimentos de la agricultura familiar” realizado en el marco del proyecto “Agricultores Familiares, Innovación y Mercados” implementado con el apoyo de FONTAGRO por nueve instituciones de Argentina, Bolivia y España.

La idea es compartir distintas reflexiones, análisis, estrategias y desafíos que algunos/as prestigiosos/as académicos/as y compañeros/as del ámbito profesional van a traer de distintos países.

### Sandra Ledesma



Licenciada en Sociología, con Especialidad en Sociología Rural. Mg. en Agua, Universidad de Sevilla. Diplomada en Diseño estratégico de tecnologías para el desarrollo inclusivo sustentable. Coordinadora del Programa Nacional de Innovación para la Agricultura Familiar, Campesina e Indígena del INTA.

Como cierre de este proyecto qué mejor que tener la posibilidad de encontrarnos para reflexionar, para debatir, para compartir todas las experiencias y los saberes que en este camino se vienen haciendo. En este sentido, quisiera agradecerles porque seguramente en este espacio de intercambio voy a recibir mucho más de lo que doy.

El Programa Nacional de Innovación para la Agricultura Familiar, Campesina e Indígena del INTA es un programa muy nuevo que nació el 1 de septiembre de 2021 con la finalidad de organizar todas las capacidades, las competencias y los recursos en torno a la agricultura familiar, campesina e indígena que están en la institución, de manera que se pueda jerarquizar el sector dentro de la institución. El programa lo que viene a hacer es articular y organizar. Lo entiendo



como un programa de “costura”, un programa que va a intentar unir todas las partes vinculadas a la extensión, la investigación, el desarrollo de tecnologías, la cooperación internacional, los proyectos que tiene el INTA y los extra INTA, para generar procesos potentes de innovación para la agricultura familiar, campesina e indígena.

Los impactos del contexto de crisis actual, aun inciertos, representan enormes oportunidades para la agricultura familiar, campesina e indígena y para los mercados de cercanía en los que activamente participan estos sujetos agrarios.

Los principales debates internacionales, referidos a la problemática que atraviesa la agricultura familiar, sostienen que es necesario promover procesos de intensificación sostenible de los sistemas productivos familiares para que den respuesta a la demanda de alimentos. Pero también que promuevan dinámicas que mejoren sus ingresos para reducir la pobreza rural. En este sentido, señalan como relevante ir resolviendo la problemática vinculada al acceso a la tierra y al agua, a la mejora de la infraestructura productiva, a la adaptación al cambio climático, a la inclusión normativa y a la organización comercial. Una mención especial en estos debates internacionales es la inclusión de la perspectiva de géneros y juventudes, actores, sujetos y sujetas claves para el sostenimiento y la sostenibilidad del sistema.

La visión del programa está en consonancia con los escenarios que prevé la [FAO](#) hacia el 2050. La FAO sostiene que la situación de los/as pequeños/as agricultores mejorará marginalmente en términos de seguridad alimentaria general y acceso a nuevos mercados, pero se verá fuertemente afectada por el cambio climático, la distribución desigual del desarrollo económico, la innovación tecnológica y las inversiones. Las y los agricultores familiares continuarán sufriendo pobreza y aun no recibirán los beneficios indirectos de las políticas fiscales. Continuarán teniendo conflictos en torno al acceso a la energía y a los recursos. Los pequeños/as productores seguirán estando mal conectados con los mercados y bajo la influencia de la discriminación en el mercado laboral. Continuará la inversión desigual en el desarrollo y la aplicación de tecnología.

Estos problemas plantean desafíos científico tecnológicos, al INTA y al programa. Son desafíos a mediano plazo porque necesitamos que la agricultura familiar, campesina e indígena aumente la oferta de alimentos hacia los mercados internos y en ocasiones también hacia la exportación; que mejore su contribución hacia la generación de empleo, la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad; a la preservación cultural, a la diversidad multiétnica y erradicación de la pobreza rural.

Se hace indispensable trabajar en el desarrollo de la agricultura familiar desde una mirada intersectorial e interinstitucional pensando en políticas públicas multidimensionales y multifuncionales. A partir de estos desafíos vamos a fortalecer la articulación público-privada con la concreción de instrumentos de comercialización incluyentes, como los circuitos cortos, las compras públicas, la agricultura por contrato, mercados de origen, ferias de agricultores.



## Presentación 1

# Políticas alimentarias urbanas de enfoque agroecológico en España

### Daniel López García



Licenciado en Cs. Biológicas y Dr. en Agroecología y Desarrollo Rural Sostenible. Científico titular en el Instituto de Economía, Geografía y Demografía (IEGD) en el [Centro de Cs. Humanas y Sociales](#). Colaborador de la [Fundación Entretantos](#).

La agroecología se viene desarrollando y en los últimos años hay cada vez más trabajo en lo que se ha llamado el escalado o la masificación de sus propuestas para subir a la escala del sistema alimentario. Desde allí surgen las ideas que nos estamos planteando.

Efectivamente, durante mucho tiempo la agroecología se había centrado en lo que pasa en la producción. Después fuimos avanzando hacia lo que pasa después de la producción, lo que tiene que ver con la comercialización.

Actualmente estamos intentando trabajar en un marco que unifique todo esto. Desde lo que pasa antes de la producción, lo que pasa después, y sobre todo la necesidad de cerrar ciclos y considerar todo esto desde la visión del agroecosistema, pero mucho más allá de la finca, es decir, a escala del sistema alimentario.

Estamos trabajando con esta visión de enfoque vertical o de cadena alimentaria. Partiendo de todo lo que pasa desde la producción de insumos hasta la comercialización, incluso la gestión de los residuos, pero tratando de complementar con una visión territorializada de los sistemas agroalimentarios.

La temática del seminario de hoy tendría que ver con todo lo que pasa en la diversificación de los canales comerciales: infraestructura para la comercialización de producto local, acompañamiento al emprendimiento desde la economía social o desde otros paradigmas, y sobre todo con lo que tiene que ver con las fases finales de la cadena alimentaria, que mayormente ocurre en los territorios urbanos.

Después de trabajar un tiempo en esto, hemos comprendido la necesidad de abordarlo desde una visión de sistema alimentario. Atendiendo a la infraestructura, el fomento del consumo, el





trabajo sobre la cultura alimentaria, abordar la seguridad alimentaria, etc. Todo esto tiene que estar dentro de esa visión de transiciones hacia la sostenibilidad social y ecológica en los sistemas agroalimentarios.

En los trabajos que venimos haciendo para definir los sistemas alimentarios locales de base agroecológica, identificamos tres retos principales:

1. Uno superar la brecha metabólica: campo/ciudad y productivo/reproductivo. Superar los problemas de insostenibilidad social y ecológica que genera la separación de procesos económicos en nuestra sociedad. En cuanto a lo alimentario: la separación entre producción en territorios rurales y consumo en territorios urbanos y la problemática social y ecológica derivada de estos. A nivel biofísico la necesidad de relocalizar la producción y el consumo y de enfrentar la insostenibilidad social y ecológica que tiene que ver con la segregación de los procesos productivos y reproductivos en nuestra sociedad con la invisibilización de los trabajos de cuidados relacionados con la alimentación de los que se ocupan normalmente las mujeres. Esa doble o triple carga de trabajo de las mujeres trae dificultades a las transiciones ecológicas ya que, con dificultad de cocinar productos frescos, locales y de temporada no hay transición agroecológica. Eso pasa por sacar la alimentación del espacio doméstico y colocarlo como bien público y responsabilidad comunitaria.
2. En cuanto al segundo reto hablamos de rearticulación de los territorios y relocalización, de logística, protección de la capacidad productiva de los territorios también metropolitanos. La necesidad de articular políticas alimentarias, generación de infraestructuras físicas y de infraestructura sociales, articulación entre producción y consumo, entres distintos productores / productoras.
3. Un tercer reto que tenemos es la construcción de sujetos sociopolíticos capaces de promover desde una perspectiva multi actor e inter territorial las transiciones hacia la sostenibilidad. Como se articula la co-producción de política pública da abajo–arriba y también como las políticas de arriba–abajo que es como se implementan, ya que es así como funcionan nuestros Estados, pueden tener y deben tener el papel de fortalecer estos sujetos que a la vez generan innovación, dan estabilidad a las propias políticas y son capaces de generar sostenibilidad social y ecológica.

Un ejemplo de gobernanza translocal: la [Red de municipios por la agroecología](#)

Fui coordinador de la red los primeros cuatro años. Es una red de municipios, en principio de grandes ciudades, que nacen del ciclo electoral de 2015 en el Estado español. En distintas grandes ciudades se dio un cambio político muy importante con la emergencia de partidos políticos municipalistas que toman el poder muy vinculados con organizaciones sociales. A la vez, ese mismo año, se firma el [Pacto de Milán sobre políticas alimentarias urbanas](#). De esta combinación





surge la preocupación de algunos gobiernos municipales que se preguntan: ¿qué podemos hacer con la alimentación?

Hasta ese momento era un ámbito de la administración local que no existía. No había un ámbito de la administración local con departamentos, ni presupuesto, ni personal formado para trabajar estos temas. Entonces, entre algunos activistas de distintas ciudades españolas y gente que había entrado a gobiernos municipales, se promueve la creación de una red de municipios que intercambian experiencias y que buscan dotarse de servicios colectivos frente a un ámbito de la política local que no existía, en el que no había experiencia y que por lo tanto había que generar nuevos recursos desde cero. La Red de municipios por la agroecología es el vehículo para intercambiar experiencias y para generar procesos compartidos de innovación en lo que se ha llamado gobernanza translocal.

De este modo, el objetivo de la red está muy centrado en la coproducción de política pública que se incorpora tanto en lo orgánico de la propia red como en los municipios miembro.

Para ser miembro hace falta tener un documento estratégico aprobado dentro de cada municipio. Es una red de ayuntamientos locales que expresa compromiso con políticas alimentarias sostenibles. Pero también se fomenta que en todos los órganos de la red participen tanto miembros del equipo técnico o política municipal, como miembros de organizaciones sociales que acompañan al gobierno local, y miembros del sector productor comprometido con la agroecología de cada entorno. A nivel orgánico de la red también es así y en la Junta Directiva hay un representante de lo que llamamos el Consejo de organizaciones sociales: distintas entidades como la universidad, ONGs, organizaciones ambientalistas, el sector productor comprometido con la agroecología que tiene un puesto en la junta directiva y un espacio específico en el Espacio de Organizaciones sociales que este año, por ejemplo, empezamos con los premios a las políticas alimentarias de enfoque agroecológico, premios a gobiernos locales, que se gestiona directamente desde el Consejo de organizaciones sociales, que han definido los criterios de valoración, el jurado y a quién se dan los premios.

La red se enfoca mucho en la práctica. Se organizan seminarios técnicos sobre necesidades que se plantean, se intercambian experiencias y se gestionan grupos de trabajo para tareas específicas hacia los municipios en temas donde puede haber alguna carencia o necesidad.

Un elemento importante, por ejemplo, ha sido trabajar la compra pública de alimentos locales y ecológicos: generar pliegos de condiciones, contratos, intercambio de experiencias, etc.

Otro debate que se dio en la asamblea de 2020 fue que las políticas alimentarias son normalmente urbanas y no incorporan al sector productor comprometido con la agroecología. Entonces se ha empezado un trabajo en cinco ciudades para fortalecer la presencia de grupos locales de productores ecológicos en las políticas alimentarias urbanas y fortalecer su papel como



sujeto político, tanto en lo local como a nivel estatal, fortaleciendo las actividades de incidencia hacia los ministerios, por ejemplo, que tiene la propia red.

Cada dos años sacamos una campaña que normalmente intenta abrir un espacio nuevo, algo que no están haciendo las ciudades. Empezamos con Salud y derecho a la alimentación (2018-19), luego trabajamos en torno a la acción climática (2020-22) y a partir de ahora estamos trabajando sobre un problema importante en España, la despoblación y municipios rurales (2023-24).

Por último, si bien somos una red que empezamos a trabajar a nivel municipal y a nivel técnico, hubo un momento en el que vimos la necesidad de generar implicación de los cargos electos y generar y dotar de recursos y visibilidad a las políticas alimentarias. Entonces a partir de 2019 empezamos a generar propuestas y sobre todo hacer actividad para implicar a los cargos electos.

### **La estrategia alimentaria de Valladolid: construir protagonismo social desde la producción**

Valladolid es una ciudad de 300.000 habitantes y con el área metropolitana llega a 400.000 donde queda bastante agricultura provincial en el entorno de la ciudad. Llevamos adelante un proceso participativo de dos años para generar la estrategia alimentaria, encargada por el ayuntamiento, con el apoyo de la universidad y con financiación privada. Se generó este proceso de estrategia alimentaria con un documento borrador y luego se plantearon acciones en el corto plazo para ver por dónde empezar.

Para generar, fortalecer y diversificar canales comerciales para la producción local y ecológica lo que se hizo es conseguir una subvención para crear un mercado de venta directa de productores ecológicos ([Ecomercado](#)). Pero nosotros queríamos un salto de escala en nuestro planeamiento. El ayuntamiento quería generar más infraestructura para la distribución y para facilitar el acceso al producto local. Empezamos a trabajar para generar un centro de acopio en el mercado mayorista de Valladolid (Mercadolid, octavo mercado mayorista de España). Se creó allí un espacio para la distribución de producto local y a la vez un espacio para la elaboración de productos de sobrante y la pequeña transformación artesanal. Lo que queríamos era que eso lo gestionasen los/as propios productores. De este modo, con el Ecomercado, de alguna forma, forzamos a los/as productores, que durante 12 meses iban a tener un acompañamiento, para conformar la asociación de productores que gestionase el propio Ecomercado pero que luego iba a gestionar las infraestructuras públicas. Hubo una persona para hacer ese acompañamiento durante 12 meses, a partir de ahí se creó la asociación [VallaEcoLid](#), de productores y comercializadores, y hoy gestiona estas infraestructuras en Mercadolid, está participando en la compra pública y ha participado en la redacción de los contratos para la compra pública municipal y está participando en muchas otras cosas.

WEBINARIO  
**Mercados alternativos de la  
Agricultura Familiar en Argentina,  
Bolivia y España**

## Políticas alimentarias urbanas de enfoque agroecológico en España

Daniel López García (IEGD-CSIC)



## Presentación 2

# Innovaciones, desafíos y conflictos en los procesos comerciales de la agricultura familiar en Argentina

### Luis Mosse



Sociólogo, UBA. Mg. en Cs. Sociales, UNGS. Integra el Instituto de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Agricultura Familiar de la Región Pampeana del INTA. Coordina el proyecto nacional “Comercialización y consumo de los productos de la agricultura familiar”.

Un primer elemento que destacamos en el contexto de la pandemia y post-pandemia es la revalorización de la producción y comercialización local. Sin embargo, este fenómeno, que podemos caracterizar como positivo, también hace evidente algunos déficits históricos y estructurales que el sector de la agricultura familiar, campesina e indígena padece.

En este sentido, encontramos un déficit productivo y comercial en determinadas zonas del país. Esto es muy evidente por ejemplo en ciudades de la Patagonia que importan prácticamente la totalidad de los alimentos que consumen. Y fue particularmente evidente también en la pandemia porque se dio el fenómeno que muchos gobiernos locales gastaban aquellos recursos destinados a garantizar el acceso a alimentos de su población en ciudades que tenían un entramado comercial un poco más sólido, más establecido.

En relación con ello, vivimos en un país centralista y la centralización económica en el AMBA demostró también que tensionó el sistema de abastecimiento en distintas ciudades del país. Especialmente por la cuestión de los insumos necesarios para la producción que provienen en su mayoría del AMBA. Un referente del sector me decía que todavía sale más barato enviar una mercadería desde Jujuy a La Rioja, pasando por Buenos Aires, que directamente desde Jujuy a La Rioja. Este fenómeno es histórico y muy propio de nuestro país.

Otro fenómeno que dejó ver la pandemia es la aceleración de la digitalización en todas las dimensiones de la vida y, particularmente en nuestro sector, esto profundizó la brecha digital. De este modo, no solo tenemos que hablar de déficit de infraestructura y de servicios, sino que ahora la brecha digital es también una cuestión a abordar desde las políticas públicas. Según un estudio del INTA de 2021, el 40% de 311 parajes rurales de 21 provincias argentinas no dispone de conectividad alguna. Si a esto le sumamos aquellos que tienen una conectividad deficiente el porcentaje se eleva mucho más y supera el 60%.



Otro elemento que destacamos como positivo en el contexto de los últimos años es el crecimiento y la maduración de las organizaciones de la agricultura familiar, campesina e indígena, lo que permite traccionar una mayor escala comercial. Sin embargo, todavía seguimos identificando muchas dificultades para la formalización de los grupos (formalización tanto jurídica como también relativa a los aspectos sanitarios). Esto dificulta el acceso al crédito y el acceso a los diferentes programas de apoyo que desde el Estado exigen siempre tener una figura jurídica. Y también encontramos que existe una falta de espacios estables de articulación entre las diferentes organizaciones de la agricultura familiar.

En nuestro país, en 2019, tuvo lugar el Foro Agrario para un Programa Soberano y Popular y luego de ese momento los espacios de articulación no continuaron con la misma intensidad.

Otro aspecto que consideramos como positivo dentro del contexto son las innovaciones normativas:

- Inclusión al Código Alimentario Argentino (CAA) del artículo 154 quater que establece las condiciones de habilitación de los establecimientos de la agricultura familiar que elaboran y/o comercializan alimentos;
- Inclusión al Código Alimentario Argentino (CAA) del artículo 60 bis con los requisitos que deben cumplir los establecimientos que producen lácteos de forma artesanal;
- Salas de faena artesanal para agricultores familiares, en Misiones
- Pequeñas Unidades Productivas de Alimentos Artesanales – PUPPAS -, Buenos Aires.

Sin embargo, estas innovaciones normativas no están acompañadas por un financiamiento que permita su implementación, un financiamiento necesario para el acondicionamiento de las salas o para afrontar los gastos de la gestión, entre otras cuestiones.

Otros tres aspectos del contexto que nos interesa destacar son:

- 1) Una mayor demanda de alimentos producidos de forma sostenible. Esto lo consideramos como un aspecto positivo. El consumo tiene un potencial traccionador de los sistemas productivos muy importante y existe una mayor demanda por productos producidos de forma sostenible, tanto ambiental como socialmente.
  - Sin embargo, notamos que todavía falta información sobre el aporte que hace la agricultura familiar a la producción de este tipo de alimentos.



- También identificamos la necesidad de una identidad común y de sistemas de garantías que respalden estos sistemas productivos de forma sostenible de cara hacia el consumidor.
- 2) El espiral inflacionario: en este punto es importante destacar que la agricultura familiar es tomadora de precios, por lo tanto, su capacidad de influir en la baja del precio de los alimentos es relativa. Esto, en gran medida, se debe a que la producción de alimentos en la Argentina se basa en muchos aspectos en la utilización de insumos dolarizados (las semillas, los plásticos, entre otros).  
A su vez, la mayor demanda externa de alimentos, que por un lado favorece en algún aspecto a nuestro país, también estimula el aumento de los precios.
- 3) Por un último, en los últimos años vivimos un proceso de pérdida de ingreso de la población, lo que repercute directamente en el menor consumo de ciertos alimentos (el caso de la carne es ejemplar) y, por supuesto, en un menor ingreso para las familias productoras.

En cuanto a las tendencias que observamos en la comercialización, notamos algunos fenómenos que nos interesa destacar.

- Diversificación de las estrategias comerciales. Creemos que vamos hacia un modelo híbrido, donde los canales comerciales van a tomar formas mixtas y no se va a canalizar la producción y la comercialización de alimentos en uno solo de estos canales, sino en varios de ellos a la vez: ferias, almacenes, comercializadoras, mercados digitales, compra pública, bolsones, mercados mayoristas, etc.  
Es muy común encontrar que estas estrategias se utilicen de forma conjunta, lo que les otorga mayor flexibilidad a las familias productoras para su comercialización.  
El caso de los bolsones, es particularmente significativo porque hubo un gran boom de esta estrategia durante la pandemia y sin embargo hoy esa venta, en la mayor parte de los casos, cayó. Por eso es interesante tener diferentes estrategias y no anclarse solo en una.
- Otra tendencia son las políticas públicas orientadas al abastecimiento de alimentos. Esta es otra tendencia que encontramos como positiva. Existen diferentes programas que apuntan directamente a fortalecer los sistemas productivos locales orientados al abastecimiento. La más importante de estas es la Tarjeta Alimentar.<sup>1</sup>
- Vemos también la conformación de redes más amplias de organizaciones. Diferentes redes

---

<sup>1</sup> El Programa Ciencia y Tecnología contra el Hambre, el Programa [de promoción, arraigo, y abastecimiento local \(Protaal\)](#), [los proyectos de inclusión socio-económica en áreas rurales \(PISEAR\)](#), [el Programa Sembrar Soberanía Alimentaria \(Sembrar\)](#), [el Programa Mercados de cercanía](#), [la Comisión Nacional de Microcréditos \(CONAMI\)](#), [el Programa de acceso a alimentos saludables Mercados MultiplicAR](#) y [el Proyectos para el Desarrollo Armónico con Equilibrio Territorial](#).



de comercializadoras y también de productores que entran en relación. Algunas de ellas, a modo de ejemplo, son: Alta Red que es una federación de comercializadoras solidarias, Alimentos Cooperativos una red de cooperativa, la Mesa Agroalimentaria Argentina que nuclea a organizaciones de campesinos y agricultores familiares como UTT y FECOAGRO y las mesas del INAES en distintas provincias.

Algunas de las experiencias y tecnologías innovadoras que identificamos desde INTA comprenden:

- Un taller de inclusión al mercado digital financiado por este proyecto de FONTAGRO y desarrollado junto a la Universidad Nacional de Quilmes para la construcción de más de 40 catálogos de comercio digital dentro de la [plataforma Chasqui](#);
- Existen diferentes productos que buscan identificar y comunicar los espacios de venta. Por ejemplo, [voydeferia.com](#), una experiencia de Córdoba que mapea y caracteriza todas las ferias agroecológicas de esa provincia; y también el Mapeo de Ferias realizado en la región noreste argentina (NEA) en donde se identificaron casi 180 ferias y que va a estar disponible próximamente;
- Pensando en tecnología dura, se trabajó también en pensar las tecnologías y los artefactos ligados a la comercialización de circuitos cortos y en mercados de cercanía. Se desarrolló un prototipo de envase para la comercialización de bolsones y mesadas apropiadas para el armado de estos bolsones en las salas de empaque de los mismos productores. Se realizó en conjunto con el equipo de tecnólogos del IPAF Pampeano, Mercado Territorial, la Asociación 1610 y el SENASA.

Otras experiencias innovadoras tienen que ver con el trabajo de cientos de técnicos/as, extensionistas del INTA que acompañan procesos innovadores en territorio: ferias, bolsones, almacenes, experiencias de turismo rural, intercambios regionales, mercados mayoristas cooperativos, venta conjunta de fibras, entre otros.

Desde INTA se trabaja también en la vinculación institucional y la gestión de financiamiento. Se gestionaron y acompañaron numerosos proyectos PISEAR; desde la plataforma de mercados y acceso al financiamiento se gestionaron descuentos en el transporte para los/as pequeños productores en las tarifas, uno los principales gastos que tienen a la hora movilizar su producto; y se realizaron capacitaciones en administración.

Me gustaría cerrar con una propuesta de trabajo que estamos elaborando y que queremos iniciar en los próximos meses: el Relevamiento y mapeo de los alimentos producidos por la agricultura familiar, campesina e indígena. Junto con la [Federación Argentina de Cooperativas de Trabajo de Tecnología Innovación y Conocimiento \(FACTTIC\)](#) se desarrolló un software que va a permitir la



carga y el mapeo inmediato del aporte que el sector hace a la dieta de la población. Vivimos en un país donde históricamente se priorizó la exportación de alimentos, pero no contamos con información exacta y precisa sobre cuál es el aporte que la agricultura familiar, hace a la dieta de los argentinos y argentinas. Es fundamental visibilizar este aporte y ponerlo a disposición de todos. Es una tarea que nos desafía, sobre todo, a los organismos de ciencia y técnica.

PROYECTO  FONTAGRO  
| Agricultores Familiares, Innovación y Mercados

WEBINARIO  
**Mercados alternativos de la  
Agricultura Familiar en Argentina,  
Bolivia y España**

**Innovaciones, desafíos  
y conflictos en los  
procesos comerciales  
de la agricultura familiar  
en Argentina**

Luis Mosse - INTA



    Ministerio de Agricultura,  
Ganadería y Pesca  
Argentina

[https://drive.google.com/file/d/1NEAbfsm11HQZ6XUMA5duyaHLFzuh\\_fwv/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1NEAbfsm11HQZ6XUMA5duyaHLFzuh_fwv/view?usp=sharing)



## Presentación 3

# Circuitos cortos de comercialización de hortalizas y nuevas dinámicas en los territorios

### Pedro Marcos



Ingeniero agrónomo, con especialidad en Desarrollo sustentable y enfoque de desarrollo de sistemas de mercados para pequeños productores. Coordina el proyecto “Mercados inclusivos”, iniciativa de la cooperación suiza y la cooperación sueca en Bolivia, implementado por las fundaciones [Swisscontact](#) y [PROFIN](#).

En el proyecto “Mercados Inclusivos” estamos en una segunda fase, correspondiente al periodo 2022-2025, y trabajamos en varios departamentos de Bolivia. En esta oportunidad voy a compartir una experiencia del departamento de Oruro.

¿Qué es lo que tenemos en Bolivia? Como Marco normativo tenemos la Ley 3525 que regula la promoción y la producción ecológica. Se aprueba en el 2006 y está acompañada por una reglamentación de fomento de la producción agroecológica. Hay una serie de incentivos para la producción agroecológica y Bolivia reconoce los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) a través de esta ley. Son dos los sellos: uno de producto ecológico y otro de transición.

El departamento de Oruro se encuentra en la parte occidente de Bolivia. Es un departamento fundamentalmente minero, pero también tiene una vocación agrícola importante. La altitud promedio es de 3700 (m.s.n.m.) y las temperaturas son muy variables (en junio llegan hasta -7 grados y en noviembre hasta 23 grados). A pesar de estar en la zona andina es un departamento que tiene una importante producción de hortalizas. También es importante la producción de tubérculos y forrajes y se caracteriza por la ganadería ovina y camélida.

Cuando comenzamos a trabajar en Oruro (2018) nos encontramos con una gran infraestructura productiva (de 300 a 600 invernaderos) en los municipios rurales con tanque para la cosecha de lluvia. Los mismos fueron construidos con recursos de la gobernación de Oruro junto a otros proyectos de cooperación internacional. Sin embargo, toda esta producción no tenía un mercado definido.

En alianza con el Gobierno Departamental, el Gobierno Municipal de Oruro y el Proyecto Mercados Inclusivos se mejoró la comercialización de hortalizas (invernaderos). Este trabajo de



articulación política ha sido un dinamizador muy importante, se ha fortalecido la producción, la transformación y comercialización de hortalizas. Por las condiciones climáticas de la región, el único medio de sustento para las familias es el invernadero, que permite una producción más estable, de temporada, y durante todo el año.

Se ha hecho un estudio de la demanda de hortalizas para la ciudad de Oruro y los resultados que arrojó indicaban que el 59% prefería que fuera económico, el 34 prefería que fuera cercano al domicilio y que fuera ecológico o de un circuito corto no llegaba al 1%. Eso nos daba un estado de situación de cómo estaban los circuitos de comercialización alternativos en la ciudad de Oruro. Como ya había toda una infraestructura productiva y había muchos productores que ya tenían el Sistema Participativo de Garantía (en transición y ecológico), toda esta oferta productiva tenía un gran potencial.

Desde el proyecto trabajamos siempre con un enfoque de demanda, es decir, que a partir del mercado se puede ir hacia atrás. Desde este lugar se ha trabajado toda una estrategia de comercialización y acceso a mercados de productos ecológicos y ha sido un proceso ampliamente participativo. Los distintos gobiernos (departamental y municipal) han sido claves en estas acciones.

Producto de todo este proceso participativo se crea una marca territorial llamada “Pacha, hortalizas ecológicas”. Su slogan es “Todo fresco y sano para tu familia”. Esta construcción participativa ha logrado un fuerte grado de empoderamiento de las familias y de involucramiento del territorio. Esto ha sentado las bases de la sostenibilidad: la apropiación de las familias y las comunidades.

¿Cómo es el modelo Pacha? Es un modelo de producción que se basa en la adaptación al cambio climático. Todo se produce bajo cubierta. Principalmente se trabaja en la producción ecológica con hortalizas de hoja. Lo segundo que se ha trabajado es la diversificación productiva, pensando en seguridad alimentaria y en los excedentes para el mercado. Los invernaderos presentes en Oruro no son solamente para seguridad alimentaria. Tienen un enfoque más de comercialización, porque son más grandes.

Por otro lado, en estas zonas, existe déficit de agua en algunas temporadas, por ejemplo, entre junio y octubre, entonces lo que se hace es una cosecha de agua, y en algunos casos también se hace mediante el uso de energía solar, para el bombeo principalmente.

De todo esto, el componente que estaba menos desarrollado era el de mercados. A partir del desarrollo de la marca y de la estrategia de comercialización, se han logrado distintas cuestiones:

- Se reforzaron las buenas prácticas post-cosecha. El mercado es exigente y a veces uno solo tiene una oportunidad de ingresar al mercado. Se ha trabajado fuertemente con



infraestructura complementaria (salas de lavado, de empacado, etc.) y mejoras en la presentación y cuidado de cada producto. Se trabajó en la presentación, que llegue en canastillos, conservando sus propiedades

- Se consolidaron más de 6 puntos de venta en Oruro.
- De 25 a 30 familias comercializan sus productos cada semana (representan a más de 150 familias productoras). Muchas familias entregan sus productos a la familia que está yendo al espacio de comercialización sea por los vínculos familiares y de confianza entre estos productores. Incluso hay familias que poseen medio de transporte, logran acopiar la producción de 4 a 5 familias y lo llevan al espacio de comercialización.
- Se consolidaron los circuitos cortos de comercialización de hortalizas y un valor agregado son los productos lácteos (leche fresca y quesos) que se comercializan en esos espacios.

Se generó una dinámica mucho más diversificada, basada en la confianza. Se observan buenas prácticas de post-cosecha y se promueve el consumo de hortalizas de hoja. Esto hace que se desarrolle la comercialización y hay procesos de evaluación al final de cada jornada de comercialización.

Son en su mayoría mujeres las organizadas en estos mercados y todo este proceso ha sido acompañado de un desarrollo de capacidades. Por ejemplo, en relación al tema que planteaba el colega Luis Mosse respecto de que la agricultura familiar es tomadora de precios, se ha trabajado en torno a costos de producción, en buenas prácticas post-cosecha, negociación efectiva, en acceso a información y a servicios, entre otros elementos que se han abordado siempre desde una perspectiva de empoderamiento de las mujeres. Se ha trabajado también el acceso al campo de lo digital, uso de aplicaciones como WhatsApp, como un medio que ha tenido mucho uso durante la pandemia.

Este conjunto de cuestiones, acompañando los espacios de comercialización con el desarrollo de capacidades, asociado con la política municipal que cede el lugar para el espacio de comercialización, ha generado un proceso integral de desarrollo del espacio.

¿Cuáles son las nuevas dinámicas en los territorios que se fueron dando? Si bien se había pensado llegar a una ciudad como Oruro, que es la ciudad capital, las nuevas dinámicas de comercialización se han dado en los municipios circundantes, donde hay poblaciones intermedias, son municipios rurales. Estas dinámicas novedosas de comercialización, surgieron en la coyuntura del Covid-19 y se mantuvieron la etapa post-covid.

En un estudio que terminamos recientemente identificamos estos nuevos lugares de comercialización. De esa gran producción de 600 carpas, vimos que una parte termina en la



ciudad de Oruro, otra parte termina en los mercados mayoristas y otra parte termina en los mercados rurales.

Es interesante ver cómo se han ido diversificando los espacios de comercialización. Esto genera circuitos de proximidad basados en la confianza donde los consumidores reciben alimentos saludables a mejor precio y las familias productoras venden a un precio justo para ambos y se generan lazos sociales. Otro elemento importante es la valorización del trabajo de las mujeres y jóvenes en las comunidades. Quienes se quedan a cargo de los invernaderos, de la producción, son las mujeres y los jóvenes. Este es un valor muy importante que refleja apropiación y empoderamiento en torno a la producción y la comercialización.

También hay que destacar otro elemento: la resiliencia. El covid-19 ha generado una ruptura de los sistemas agroalimentarios. Ahora estamos en esa reorganización, queriendo entrar en una reactivación económica, pero los espacios de comercialización y las formas de producción se han mantenido y eso ha hecho que se valore más la agricultura familiar, campesina e indígena.

Otro elemento interesante es la generación de nuevos mercados de material vegetal, por ejemplo, plantines de hortalizas. Los días en que hay feria, llega otro productor de otro territorio y les ofrece a los productores locales, material vegetal de calidad. Esto les ahorra tiempo, ahorra costos y consiguen plantines de alta calidad. Entonces estos elementos que al principio no se consideran se van integrando en todo el sistema de comercialización.

También se ha generado una diversificación y mejora en los ingresos de las familias productoras, principalmente de las mujeres. A pesar de que las hortalizas compiten con las convencionales existe una mayor valorización de la producción de estas familias y por eso genera un ingreso mucho más constante y diversificado durante el año.

También se han generado alianzas con el sector salud y con influencers para la promoción del consumo saludable.

Es interesante lo que está ocurriendo en Oruro, donde existen las unidades de nutrición que dependen del gobierno departamental y coordinan con los gobiernos municipales. Allí se hace la promoción de una alimentación más saludable que valora la producción de los territorios. Son efectos que antes no se veían con tanta fuerza.

Finalmente, dentro de las nuevas dinámicas en los territorios, vemos el valor agregado a las hortalizas. Por ejemplo, se ha generado un sazón para uso diario, ya tiene una marca, un concepto e incluso tiene los valores nutricionales.

Finalmente, remarcar que ha sido un desafío muy interesante, además, lograr todo esto porque toda la asistencia técnica ha sido en línea. Al principio fue muy complicado, pero se ha podido

adaptar y hoy los/as productores han ido diversificando sus medios de producción y sus ingresos, elementos que son muy importantes.

Para concluir dejo un agradecimiento especial a tres colegas que han estado trabajando mucho en esto: María Cristina Campos, Pedro Azuga y Demetrio Luna.

PROYECTO  FONTAGRO  
| Agricultores Familiares, Innovación y Mercados

WEBINARIO  
**Mercados alternativos de la  
Agricultura Familiar en Argentina,  
Bolivia y España**

**Circuitos cortos de  
comercialización de  
hortalizas y nuevas  
dinámicas en los  
territorios**  
Pedro Marcos (Swisscontact)



<https://drive.google.com/file/d/1mIFpDFw9EIR0UCHE20NNhG12ITHDVllh/view?usp=sharing>



## Presentación 4 Circuitos socioeconómicos alimentarios y universidades públicas en Argentina. La experiencia de incubación e investigación- acción de la Universidad Nacional de Quilmes

### Rodolfo Pastore



Economista, UBA, con estudios de posgrado en Sociología económica y en Historia de las instituciones económicas en la Universidad Complutense de Madrid. Director del Departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional de Quilmes. Profesor titular concursado en la UNQ, especializado en economía social y solidaria. Director del Programa de Extensión Construyendo Redes Emprendedoras en Economía Social y Solidaria (CREES-UNQ)

Nuestro proyecto se llama Construyendo Redes Emprendedoras en Economía Social y Solidaria (CREES). Nacimos en el año 2006, llevamos más de 15 años trabajando. Si bien nacimos en la vinculación territorial, por eso nuestra propuesta la definimos como académico-territorial en economía popular, social, solidaria, desde el principio nos propusimos avanzar en las otras funciones sustantivas de las universidades. En relación a la formación hoy tenemos diplomas de extensión universitaria en estos temas, tecnicaturas universitarias en economía social y solidaria, en agroecología y posgrados vinculados a la economía social. También avanzamos en torno a la investigación e innovación y, dentro de la innovación, trabajamos un aspecto que es la incubación social.

Esto hace a la articulación con un conjunto de otras universidades con las cuales venimos trabajando estas cuestiones. Sin duda en el margen del sistema universitario, del sistema científico técnico.

El camino desarrollado con organizaciones territoriales, con actores sociales y productivos, con el sector público y en red con otros equipos del sistema científico técnico, tanto nacional como internacional, permite avanzar en estas líneas y por eso estoy muy contento de poder participar en este encuentro.

En nuestro trabajo de desarrollo en estos temas nos dimos cuenta que uno de los temas que





aparecía como clave para la agricultura familiar en particular, pero en general para los distintos emprendimientos y organizaciones de la economía popular, social y solidaria en nuestro país, era la temática de la comercialización, la conformación de mercados alternativos, etc. Pero en el caso específico de los distintos sectores con los que trabajamos – en particular trabajamos bastante en el tema alimentario, en turismo comunitario y en torno a los cuidados - existe toda una perspectiva y una realidad que implica plantearnos la comercialización en el marco de sistemas. De allí que nosotros venimos trabajando con una perspectiva que llamamos circuitos socioeconómicos y que describimos a continuación.

Tenemos una trayectoria vinculada a los eslabonamientos productivos y las cadenas productivas, con una mirada vertical y en este caso es esencial la discusión sobre la eficiencia, el poder y la cooperación en estas cadenas de valor.

En el caso de América Latina se han hecho aportes sustantivos a la crítica a los sistemas agroalimentarios. La noción misma de complejos agroindustriales en los 70 planteaba una perspectiva crítica a las cadenas de valor. El significativo cadenas, hay que problematizarlo porque viene desde las perspectivas más vinculadas a los sistemas productivos hasta fordistas y las cadenas de producción al interior de la gran fábrica. De hecho, en muchos casos, la noción de cadena de valor queda bastante asociada a las estrategias de las grandes empresas transnacionales.

También surgieron otros planteos que retomaron, por un lado, la noción de circuitos en la economía política, noción que puso sobre el tapete la cuestión del valor y los excedentes en los circuitos que van de la producción al consumo. En nuestros países de América Latina, estos planteos aparecen en los trabajos sobre la vinculación de esos circuitos y territorios. Las discusiones sobre distritos, cluster, subsistemas productivos, ecosistemas territoriales y sistemas alimentario territoriales.

La noción de circuitos regionales en Argentina ha tenido bastante desarrollo, en autores como Rofman, que le dieron un papel importante al territorio, a lo regional y que empezaron a hablar de circuitos regionales de acumulación (en los años '80) pero después se amplió a la noción de circuitos económicos regionales, justamente para incorporar a los otros circuitos que no son de acumulación de capital.

También la geografía crítica de América Latina puso en discusión los circuitos de economía urbana y ahí diferenció entre los circuitos superiores del capital, asociados a ciertas pautas de consumo, y los circuitos inferiores o de la economía popular. Este aporte ha tenido mucha importancia para pensar cómo se articulan estos circuitos y cómo se dan los procesos de formalidad e informalidad en forma más fluida de lo que comúnmente se entiende como sectores diferenciados.



La economía solidaria ha ido desarrollando nociones específicas vinculadas a circuitos y a los tipos de relaciones económicas. Diversos autores han trabajado en torno a los circuitos económicos solidarios. Tratando de ver en estos cómo se generan desviaciones de comercio, es decir, el hecho de que parte de la producción y la valorización se genera en vinculación con entidades y organizaciones de la economía solidaria y, al mismo tiempo, cómo se reconocen allí otros atributos vinculados a lo cultural, a las relaciones, tramas de valor, etc. Esto lleva a problematizar la noción de circuitos o procesos de acumulación solidaria.

Finalmente, el planteo que trabajamos de circuitos socioeconómicos retoma algunas de las nociones como la de circuitos cortos, pero ampliándola no solo al caso alimentario, sino también hacia otros sectores, y establece algunos criterios básicos – me gusta hablar de mínimos común múltiplos – de política pública que permitan definir cómo trabajar en forma integrada estos procesos.

Un criterio básico es el doble impacto positivo de estos circuitos, en términos de satisfacción de necesidades de la población (en este caso del acceso alimentario) y en términos de desarrollo de capacidades productivas, ingresos y tecnologías para – en este caso – la agricultura familiar, las cooperativas y pequeñas unidades productivas en los territorios.

Además, se pone en discusión el tema del excedente y la valorización del territorio y, como cuestión central, la construcción y la generación de otras dinámicas de cooperación social en un sentido técnico y económico, como factor productivo y no como una cooperación capitalista, que también existe, sino como cooperación social que funciona con otra lógica.

¿Qué son los circuitos socioeconómicos? Son al mismo tiempo circuitos económicos y sociales, tanto por su finalidad, como por sus tramas vinculares y asociativas (tramas de valor). No están separadas una dimensión y la otra.

Tienen finalidad social, propenden a mejorar de forma simultánea:

- el acceso alimentario de la población (acceso a la alimentación como derecho, e implica tener en cuenta las lógicas de demanda y las pautas de consumo), y al mismo tiempo,
- a las condiciones de ingreso, producción y acceso a mercados para la agricultura familiar y la economía cooperativa y popular (las estrategias de producción, trabajo e ingresos).

Muchas veces estas dos cuestiones están dissociadas en las políticas públicas y esta perspectiva lo que intenta, al igual que otras, es ponerlas en relación.

Asimismo, reconocemos que son socioeconómicos estos circuitos en la medida que generan tramas de relaciones, flujos económicos y dinámicas territoriales de cooperación e innovación social y están presentes en diversos territorios.



Distinguimos en términos de operacionalización para la acción pública tres tipos de circuitos socioeconómicos alimentarios:

- Circuitos cortos de comercialización

Con el criterio de doble cercanía, sea geográfica o sea de disminución de los intermediarios a lo largo del circuito.

- Circuitos de mercados institucionales

Incluimos dentro de este circuito al compra público, donde el decisor de compra no es el usuario, el destinatario o el consumidor de esos bienes. Es muy importante ver cómo funcionan las lógicas de mercados institucionales, cómo se toman esas decisiones, etc. También podemos incluir aquí el compra institucional de sindicatos, de organizaciones sociales y del propio sector cooperativo.

- Circuitos de logística y distribución

Incluimos acá a todo lo que tiene que ver con la logística y distribución mayorista o regional, los también llamados Foods Hubs o corredores logísticos. Es una instancia central porque permite avanzar en mejoras sustantivas en términos de costos de transacción y muchas experiencias en el mundo lo están demostrando. Implican otro nivel de desarrollo tecnológico, organizativo, de cooperación social y de articulación y gobernanza de los actores.

Asimismo, creemos que esta perspectiva de circuitos socioeconómicos, si bien es pertinente para pensarla en el ámbito agroalimentario - particularmente con el desarrollo de la transición y producción agroecológica -, también lo vemos en otros ámbitos claves de la economía popular, social y solidaria, como son el reciclado y la conservación ambiental, la economía del cuidado, el hábitat comunitario y las urbanizaciones populares, y las manufacturas intensivas en trabajo.

A partir del año 2013 desarrollaron el Programa de Incubación universitaria en procesos estratégicos de economía popular, social y solidaria que se implementó en sintonía con una experiencia de muchos años que viene sucediendo en otros países de América Latina, como es el caso de Brasil. En este caso se incuban procesos estratégicos y no emprendimientos asociativos aislados.

Estos procesos pueden ser:

- Sectoriales, por ejemplo, en el sector agroalimentario;
- Transversales para facilitar los vectores transversales de los circuitos socioeconómicos, por ejemplo, tecnologías digitales o temas de comunicación y diseño, entre otros;
- Territoriales.

Actualmente cuentan con siete equipos de incubación que trabajan de manera multiactoral e interdisciplinaria con una gran cantidad de actores involucrados.



Dentro de ellos, en el caso de circuitos socioeconómicos alimentarios trabajan de forma articulada tres incubadoras:

- 1) Economía, Mercado y Finanzas Solidarias. Promueve el desarrollo de mercados sociales y democráticos,
- 2) Diseño y comunicación. Promueve estrategias, dispositivos y productos comunicacionales (gráfico y audiovisual) y de diseño
- 3) Transformación digital. Desarrolla procesos de innovación y acompañamiento sociotécnico en tecnologías digitales para los circuitos ([plataforma Chasqui](#))

En el caso de la incubadora de Mercado y Finanzas Solidarias, empezó a funcionar antes de la creación del programa de incubación. Desde el año 2008 se comenzó con el desarrollo de Ferias y sistemas de crédito solidarios. En este punto resaltan la idea de desarrollar finanzas para expandir los circuitos. Finanzas que no solamente financien la producción, sino que también financien el consumo y la comercialización. En este marco se desarrolló un programa de crédito solidario para que los trabajadores de la universidad, por ejemplo, puedan comprar en las ferias o en el Almacén Autogestivo que funciona en la propia universidad (creado en 2014) y que, a través de un sistema de descuento, sin interés, se vaya devolviendo ese crédito.

Desde el año 2015 en adelante se pusieron en marcha circuitos cortos en nodos de consumo solidario, como son los casos de [Mercado Territorial](#) y [Tienda Colectiva](#).

Desde el año 2016 se desarrolla [Central Cooperativa](#), una asociación de organizaciones impulsada desde el equipo de la UNQ y desde una cooperativa que fue incubada, que gestiona una nave en el Mercado Central.

Desde el año 2017 en adelante se impulsan una serie de mercados institucionales como lo son la venta de alimentos cooperativos a jubilados, los acuerdos con sindicatos, el Sistema de Alimentación Escolar (SAE) de dos municipios de Gran Buenos Aires y La Plata, y en el impulso de la red de comercialización llamada [Alta Red](#).

El Mercado Territorial organiza ventas por nodos de consumo ubicados en la región metropolitana de Buenos Aires (CABA y GBA). Involucra a más de 2500 familias. Vinculada a esta estrategia se incubó una experiencia similar en la zona oeste del Gran Buenos Aires llamada [Colmena Oeste](#). También Colmena Oeste forma parte de Alta Red.

La Central Cooperativa es un centro regional de acopio, distribución y venta mayorista en el Mercado Central de Buenos Aires. Este espacio hoy está cogestionado junto a otras comercializadoras, la mayoría de ellas vinculadas a Alta Red. La experiencia surge en el año 2016



en articulación con otras organizaciones: la Federación de Cooperativas Apícolas de Argentina (FECOAPI) y las cooperativas de trabajo La Ciudad y Despiertavoces.

En cuanto a la participación en mercados institucionales hay tres tipos de experiencias que se vienen desarrollando:

El Programa ProBienestar con PAMI con la distribución de alimentos para centros de jubilados. Los centros de jubilados deciden dónde comprar esos alimentos y se hizo una experiencia entre los años 2016 y 2020 – con la pandemia se paralizó –. Esta experiencia demostró la posibilidad de llegar con alimentos sanos y accesibles a los jubilados que estaban atravesando una situación crítica, particularmente en ese periodo.

Del 2020 para acá empezó la provisión de alimentos cooperativos y de la agricultura familiar al Servicio Alimentario Escolar, empezando con el Consejo Escolar de Ensenada en articulación con distintos actores. Además del gobierno local, con el IPP, la organización La Base y la Subsecretaría de Economía Popular de la provincia de Buenos Aires.

Servicio Alimentario Escolar del Municipio de Quilmes. Desde el año 2021 se desarrolla el mismo sistema de provisión de alimentos cooperativos y de la agricultura familiar en el municipio de Quilmes, donde se abastecen a dos regiones alimentarias llegando a 4000 familias. Se distribuyen viandas todos los días y también se distribuyen módulos alimentarios en un número similar en forma mensual. Se articula con el municipio y con Conarcoop, La Base y el Grupo Cooperativo Mutual Devoto, que apoyan con financiamiento para sostener el gran volumen de venta. Este es un dato importante para la sostenibilidad de la experiencia tomando nota de los retrasos en los pagos del Estado y que los/as productores y las cooperativas no pueden sostener esa espera. Por tal motivo, la articulación con estas entidades posibilitó generar programas de créditos para financiar este circuito, hecho particularmente con la motivación de estas organizaciones por impulsar y visibilizar la posibilidad de que la agricultura familiar y las cooperativas de alimentos puedan efectivamente abastecer al sector público en un nivel de escala meso-territorial.

Todo esto se hizo desarrollando software libre para la comercialización. Esto se hace junto a cooperativas de software, a través de la Incubadora de transformación digital. Particularmente se identifica la experiencia del software Chasqui que nace como una herramienta multiplataforma para las comercializadoras. La co-construcción del software fue hecho con las propias comercializadoras. Primero se comenzó a trabajar con ocho comercializadoras de economía social del AMBA. Hoy, gracias a la articulación con programas públicos, por ejemplo, con el INTA y el Programa de Mercados de Cercanía del Ministerio de Desarrollo Social, hay más de 60 tiendas abiertas de organizaciones que comercializan en todo el país.

Actualmente se está trabajando en la versión 2.0 del software para incorporar las formas de pago, para articularlo posteriormente con los sistemas de gestión comercial y poder también articularlo con monedas sociales electrónicas.

Finalmente se resalta que desde la UNQ siempre se trabaja desde la perspectiva de la construcción de redes y tramas de valor. En ese marco, por un lado, participan en la Mesa de organizaciones de comercialización y consumo solidario y, por otro, de Alta Red, una federación de cooperativas de comercialización.

PROYECTO FONTAGRO  
Agricultores Familiares, Innovación y Mercados

WEBINARIO  
**Mercados alternativos de la Agricultura Familiar en Argentina, Bolivia y España**

Circuitos socioeconómicos alimentarios y universidades públicas en Argentina.  
*La experiencia de incubación e investigación-acción de la Universidad Nacional de Quilmes*

Rodolfo Pastore (UNQ)

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

The slide features a central illustration of a woman in a black top and jeans working at a table with various food products like jars and bags. In the background, a man in a light blue shirt is handing a box to another man in a yellow shirt. The scene is set against a backdrop of a globe and a market stall with people.

<https://drive.google.com/file/d/1QjP91pgToLG37U2u2JdD-Ile-LaKg-HD/view?usp=sharing>



## Espacio de intercambio con los/as expositores/as

⇒ *¿Cómo se sustenta la red de municipios por la agroecología? ¿es a través del presupuesto que ofrece la Unión Europea vía Pacto de Milán? ¿Qué rol cumplen las organizaciones sociales en esas interacciones?*

**Daniel López García** – La financiación inicial de la Red de Municipios ha sido por parte de una fundación privada y actualmente, cada vez más, el financiamiento se está basando en proyectos europeos y de otras fundaciones. Las cuotas de la membresía de los ayuntamientos no pasan del 35% del presupuesto anual. De este modo se evidencia la presencia de distintos tipos de financiamiento para la red.

⇒ *¿Cómo se supera la brecha de precios entre los productos agroecológicos y/o sostenibles para garantizar la accesibilidad de los más necesitados?*

**Rodolfo Pastore** – Es un desafío en general cómo llegar con alimentos de la agricultura familiar y de las cooperativas de alimentos a los sectores populares. En particular, más aun, en el caso de alimentos agroecológicos o en transición. En ese punto creemos que la noción de proceso apunta justamente a tratar de ver que hay que ir haciendo los procesos de forma tal que podamos avanzar en aquello que pueda generar dinámicas organizativas y de construcción de cooperación que permitan ir ganando escala, ganando eficiencias colectivas, ganando en infraestructura, ganando en tecnología, ganando en financiamiento, para poder llegar a esos desafíos.

Esto implica también otro tipo de cambios, como son los cambios culturales. A nosotros nos pasó con los bolsones de verdura agroecológica. En un momento determinado, los precios realmente no estaban diferentes a los de las verdulerías y eso fue gracias a todo el desarrollo que se fue dando. Pero también pasaba que había mucha pérdida de cultura del consumo de verdura fresca en muchas familias populares y entonces una de las cosas que vimos ahí como clave fue la comunicación. Se comenzaron a entregar los bolsones con recetas para utilizar mejor determinadas verduras que culturalmente se habían dejado de usar o con facilidades y consejos para la elaboración de la comida.

Son problemas complejos que me parece hay que verlos en términos procesuales y tendenciales para ir avanzando por etapas.

El gran desafío en la Argentina es construir subsistemas y circuitos alimentarios que beneficien tanto a la población en general, y a los sectores populares en particular, en el acceso a alimentos sanos, y a los/as pequeños productores y cooperativas. Para eso tiene un rol clave el Estado, por ejemplo, en las políticas alimentarias de distribución que realiza que no se articulan con políticas





de distribución de la agricultura familiar.

Tenemos políticas de distribución alimentaria que son masivas. Por ejemplo a través de la Tarjeta AlimentAR o a través de los aportes que se hacen a comedores comunitarios. Para eso tiene que haber política pública decidida. Eso implica, como cualquier incubación, inversiones para poder llegar a esos resultados. Esas inversiones públicas tienen que ser con criterios de programación en términos de tiempos, de subsidios que se vayan disminuyendo con el tiempo a partir de ganancias en escala, etc. Pero si no hay política pública va a ser muy difícil. Estas experiencias que compartimos acá son muy importantes, pero no dejan de ser puntuales.

**Luis Mosse** – Como señaló Rodolfo, la cuestión de la escala es fundamental para abordar este problema y también la cuestión del debate cultural. Hay un informe del [Centro de Estudios Económicos y Sociales Scalabrini Ortiz \(CESO\)](#) que demostró cuantitativamente que los precios de algunos productos de la economía popular y de la agricultura familiar son competitivos. Ahí hay mucho que hacer en la cuestión de la comunicación.

Después, repito, el problema comercial es un problema de escala. También resalto el aspecto del financiamiento estatal. Asegurar, al menos por un lapso de tiempo, la inversión para traccionar los cambios en el sistema productivo es elemental también para que en momentos donde aumenta la demanda, como fue en el caso de la pandemia, también exista una oferta que la pueda satisfacer.

*⇒ ¿Cómo se está trabajando en el mapa de la agricultura familiar? ¿con qué instituciones y organizaciones? ¿en ese mapeo se va a poder ver el aporte de la agricultura familiar a la alimentación? ¿se van a considerar los volúmenes que aporta la agricultura familiar a la alimentación en general?*

**Luis Mosse** - Es uno de los objetivos principales del mapa. La idea es identificar la producción de alimentos, es decir el producto ya disponible para consumo final, a nivel nacional, y que esa información esté disponible para consumidores, comercializadoras y para decisores políticos también. Porque hablando de esta vacancia de información, tenemos que empezar a conocer bien los circuitos productivos y los corredores. Dónde se producen y dónde se consumen los distintos tipos de alimentos.

En relación a las instituciones participantes del mapeo, mencionar que lo vamos a realizar con el INAES y la Secretaría de Agricultura Familiar, Campesina, Indígena. Es incipiente, todavía no lo lanzamos, recién FACTTIC terminó el software, pero lo vamos a abrir a todos aquellos que se quieran sumar.



⇒ *¿Cómo comercializan la leche fresca en el proceso planteado por “Mercados Inclusivos”?  
¿cómo garantizan la inocuidad y la calidad de la leche en ese caso?*

**Pedro Marcos** – La feria está a 30 o 40km de los municipios circundantes. En el caso del queso, en Bolivia tenemos mucha cultura de comer queso fresco, le llamamos queso criollo. Mayormente ese es el consumo.

En el caso de la leche, son circuitos basados en confianza. Sabes que esa señora produce leche de calidad, sabes que lo conserva de manera artesanal y por lo tanto le compras. No son grandes volúmenes que se comercializan de leche. Es un tema que ahora ha estado en debate.

En Bolivia la autoridad nacional es el Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG) y en las ferias está exigiendo más controles de calidad y la leche es un producto que, podríamos decir, está en la lista roja. En este momento es difícil decir que se hace un control, porque no se lo hace. Básicamente se está sosteniendo por un vínculo de confianza en la relación, que creo es una ventaja importante de los circuitos alternativos. Lo mismo pasa con el SPG, la autoridad sanitaria del país define que sí se va a certificar pero son principalmente sistemas basados en la confianza. Claro que hay una revisión técnica, pero los circuitos cortos no solo hay que verlos como una relación de abastecimiento de alimentos sino que es un diálogo, un diálogo de saberes entre la familia productora y el consumidor.

⇒ *¿Puede explicar un poco más el proceso de articulación con el Servicio Alimentario Escolar en relación a la compra, la logística, etc.?*

**Rodolfo Pastore** – Intervenir en la compra pública, en municipios de cierta densidad poblacional, como son los municipios del Gran Buenos Aires y del Gran La Plata, en el caso de Ensenada, fue todo un desafío de articulación de actores y de capacidades de gestión.

Por un lado, no hubiera sido posible sino contábamos con la nave en el Mercado Central y el trabajo ahí desde Alta Red y Central Cooperativa. No hubiera sido posible para proveer diariamente esa escala.

Por otro lado, a través de esa red de actores y organizaciones productivas que le dan sustento al trabajo, y que lo veníamos desarrollando desde hace muchos años, se logró llegar a muchos productores hortícolas no solamente de la región de cercanía sino de todo el país. Así articulamos con productores de la UTT de Salta, con cooperativas de trabajo de Río Negro, con la UST de Mendoza, con productores de huevos del MTE de Entre Ríos, con el consorcio yerbatero de Misiones, entre otras experiencias. Eso es lo que da sustento y eso tiene que ver con un trabajo de confianza, como decía Pedro, que es de muchos años.



En los primeros tiempos, que no teníamos el financiamiento necesario, hubo que hacer distintos tipos de acuerdo de pagos contra factura, por ejemplo, y en algunos casos sosteniendo la propia Alta Red, hasta que logramos tener un nivel de financiamiento más amplio a partir de la articulación con otras organizaciones, como por ejemplo CONARCOOP, La Base o el Grupo Cooperativo Mutual Devoto, en vínculos que también son de confianza, porque lo que se hace aquí son préstamos típicos de las finanzas solidarias, donde la garantía es solidaria.

No es así en los casos de licitación. Éstos son procesos muy complejos que implican, por ejemplo, seguros de caución que conllevan un costo muy alto que hay que pagar, cuando la cooperativa no tiene el aval financiero suficiente. Además, para el seguro de caución hay que dar garantías físicas, materiales. Para este tema tiene que haber fideicomisos que garanticen por parte del Estado. Lo mismo que sucede con el tema del financiamiento. No son cosas complejas de plantearse desde el Estado como política pública cuando hay decisión. Estos ejemplos lo que buscan es mostrar que es posible hacerlo en escala y en forma regular.

En el caso de Ensenada abastecíamos solamente a un 20% del total del Sistema Alimentario y eso permitió que el municipio siga comprando a sus proveedores pero que tuviera precios de referencia distintos y eso permitió, también, que los proveedores entraran en otra relación y discusión con el municipio de Ensenada.

En el caso del municipio de Quilmes preferimos presentarnos a una licitación de una sola zona, la más pequeña, con este sentido de proceso y escalaridad que comento. Fue en 2021, y a fin de año ya el propio municipio nos ofreció ampliar a otra zona cuando se le cayó un proveedor por los aumentos de precios. Esto amplió la escala, amplió la necesidad de financiamiento e implicó mucha logística y mucha gestión y, como siempre pasa en estas cosas, mucha militancia y mucho esfuerzo, pero buscando que en el proceso la militancia y el esfuerzo vayan disminuyendo en relación a los procesos más sistematizados, más regulares y a la construcción de eficiencias colectivas y de cooperación social.

⇒ *En el caso de Bolivia, si la demanda está muy orientada al precio y bastante menos a los atributos orgánico y local como se planteó en la exposición, ¿tienen poca influencia los SPG en los mercados?*

**Pedro Marcos** – El precio sí es un factor determinante y lo comprobamos en nuestro estudio. Pero luego el Covid-19 jugó un rol clave y ha hecho que el precio ya no sea tan determinante. La población, con toda la sensibilización mundial que ha habido, ha apuntado a una alimentación más sana, más saludable. Eso ha hecho que el acceso ya no sea tanto por el precio y sea más por calidad. Este es un elemento que en todos los sistemas agroalimentarios ha sido bastante positivo y la gente ha empezado a valorar los atributos intrínsecos: el territorio, la producción ecológica, que sea sano y saludable, etc.



Por otro lado, en relación a la pregunta, en Bolivia, cuando comenzaron los SPG se pensaba que quienes se sumaban al sistema automáticamente iban a recibir un mejor precio, pero el mercado no responde de esa manera. Entonces muchas familias productoras en Bolivia han dejado la producción ecológica justamente por el tema del precio.

Aquí hay que hacer una reflexión: ¿la presión de los sistemas y los sellos es hacia el consumidor o hacia los productores? Normalmente es hacia los productores, porque les pedimos calidad, estándares, empaque, post-cosecha, entre otros elementos. Pero llegan al mercado y los precios no son remuneradores, no son justos.

Hicimos un estudio e identificamos que las hortalizas ecológicas muchas veces están al mismo precio que las convencionales. Por eso es importante trabajar costos de producción, porque las familias productoras en ciertos momentos pueden llegar a competir con la agricultura convencional.

Hay una oportunidad ahora, en esta etapa de reactivación, de consolidar estos espacios. La gente ya no busca solo el precio, busca la calidad y muchas veces quieren saber incluso de dónde vienen los productos. Esto último abre también una oportunidad para el agroturismo, para conocer el territorio, saber cómo producen, etc. Estos son otros elementos que hay que aprovechar y dan un pilar para que no sea el precio únicamente el espacio de negociación.

## Palabras de cierre y agradecimiento



**Francisco Rodríguez**

Investigador INTA, coordinador del proyecto FONTAGRO “Agricultores familiares, innovación y mercados”

Gracias a todos y todas los que nos acompañaron hoy. Muchas gracias a los cuatro compañeros que nos compartieron sus aprendizajes, su experiencia, su conocimiento. A Pedro, Rodolfo, Luis y Daniel. También a nuestra querida compañera Sandra que nos acompañó al inicio con la apertura.

Me quedó resonando algo que decía Sandra al inicio, en relación a que ellos y ellas habían pensado su proyecto como un proyecto de “costura”, que vincula, que articula, que construye



tramas. Nuestro proyecto en FONTAGRO tuvo también esa forma. El proyecto se fue construyendo con actores e instituciones de los tres países que nos empezamos a conocer en la etapa de formulación y que conocimos mucho a lo largo de estos cuatro años.

Queríamos también, en este último webinar, antes de la finalización del proyecto, poder compartir con otros compañeros a los que conocimos a lo largo de estos años. Es el caso de Rodolfo Pastore y el equipo que trabaja con él, de Luis Mosse y de cada uno de esos compañeros que estuvieron todo el tiempo. También el caso del IEGD, al que pertenece también Daniel García.

El proyecto fue un intento por comprender este tipo de mercados, este tipo de procesos de agregación de valor, en los cuales agricultores familiares, técnicos/as, investigadores, consumidores, construían formas o dispositivos distintos a los convencionales. De eso se trató nuestro proyecto.

De estas cuatro intervenciones me quedan algunas cuestiones centrales que comparto. Por un lado, muchos de los expositores mencionaron la situación de crisis que afecta a los sistemas alimentarios. Mencionaron, entre esas crisis, el cambio climático. También otra crisis que tuvo un efecto que fue único en la experiencia vital de todos los que estamos acá, como fue la pandemia. Y ahora más recientemente lo que está generando la guerra en Europa.

Cuando uno ve esa sucesión de crisis que parecen norma y no excepción, y los efectos que tienen en los sistemas alimentarios, ahí cobran más sentido aun todas las enseñanzas que se desprenden de estas propuestas que hoy escuchamos.

Me parece que otro elemento importante frente a ese escenario es el de identificar que existe un esfuerzo denodado y constante por construir mercados inclusivos, democráticos y asentados en otra lógica. Entonces destaco esta idea: la idea de que estos mercados sobre los que escuchamos hoy están siempre atravesados por el valor de la inclusión, de construir vínculos democráticos y horizontales.

Por otro lado, en todas las experiencias aparece algo que es una constante, el lugar importantísimo que juegan las políticas públicas, la agencia estatal, sea a nivel local, regional o nacional. Incluyendo en la agencia pública obviamente a nuestras universidades, que son actores que han dinamizado estos procesos. Aquí resaltar la importancia de aumentar esa intervención desde la política pública para construir esa articulación entre la agricultura familiar, campesina e indígena y los consumidores de nuestros países.

En estas intervenciones que compartieron con nosotros/as aparece también una fuerte dedicación de técnicos/as, productores y consumidores a inventar dispositivos nuevos, a generar estrategias comerciales nuevas. Cada una de esas estrategias y dispositivos están marcadas por



la lógica de tener un mayor control en relación a los precios, ofertar productos sanos, saludables, producidos en condiciones agroecológicas en muchos casos.

El proyecto ha trabajado durante estos cuatro años conociendo estas experiencias. Fue posible porque contamos con el financiamiento y el acompañamiento técnico de FONTAGRO y porque a eso se sumaron, y hubiera sido imposible sin esto, las universidades públicas de nuestro país, la Universidad Nacional de la Plata, la UNAM y la UNMDP; los centros universitarios como AGRUCO en Bolivia, la Fundación para el Desarrollo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (FUNDESNA) y la Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (AOPEB); en España el IEGD y la Universidad del País Vasco. Este fue el segundo componente que dio estabilidad e hizo sostenible el proyecto.

Por último, y también central, destacar la enorme generosidad y dedicación para escuchar y dialogar con nosotros/as que nos brindaron productores, dirigentes, organizaciones, técnicos/as, consumidores, a quienes hemos consultado durante estos años de una manera incansable.

Le agradecemos a todo ese colectivo, a toda esa red, que lo mantuvo, que lo sostuvo y que nos hizo crecer y transformarnos también en la medida que conocíamos sus experiencias.



# Instituciones participantes





Secretaría Técnica Administrativa



Con el apoyo de:



[www.fontagro.org](http://www.fontagro.org)

Correo electrónico: [fontagro@fontagro.org](mailto:fontagro@fontagro.org)