



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Eixo 11

Agroecologia e Agriculturas
Urbana e Periurbana



Vínculos y potencialidades a partir de una estrategia de comercialización bajo el marco de la Agroecología y la Economía Social

Links and potentialities based on a marketing strategy under the framework of Agroecology and Social Economy

ZUBERMAN, Federico¹ RIONDA, Macarena² CURTO, José Ignacio³ LUDUEÑA, Arnaldo⁴ FITÓ FRIEDRICHS, Gretel⁵

¹ Instituto del Conurbano, Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS) ² Instituto de Ciencias, UNGS ³ Instituto del Desarrollo Humano, UNGS ⁴ Instituto de Industrias, UNGS, ⁵ ICI, UNGS; ¹ fzuberma@ungs.edu.ar ; ² mrionda@ungs.edu.ar ; ³ pepecurto@hotmail.com ; ⁴ arnaldoluduenaa@gmail.com ; ⁵ gretel.fito.friedrichs@gmail.com

Tema gerador: Agroecología e agriculturas urbana e periurbana

Resumen

Se presenta un caso de venta de bolsones de verdura agroecológica organizado a través del vínculo entre una organización de productores y un sindicato de investigadores y docentes universitarios en el partido de Malvinas Argentinas, al noroeste de la RMBA. La particularidad de este tipo de estrategias muestra algunas sinergias que surgen en el vínculo entre la comunidad universitaria y el territorio en el que tiene presencia la organización de productores. La estrategia de comercialización es abordada desde los enfoques de la Agroecología y la Economía Social. Se describen los logros y se trazan algunos interrogantes a futuro.

Palabras clave: Agricultura Urbana y Periurbana, Economía Social, Agroecología.

Abstract

We present a case of sale of pockets of agroecological vegetable organized linking a peasant organization and a labor union of researchers and university teachers in Malvinas Argentinas party, northwest of the RMBA. The particularity of this kind of strategies presents some synergies that go from the university community to the territory in which the organization of peasant is present. The strategy is analysed from the approaches of Agroecology and Social Economy. The achievements are described and some future questions are drawn.

Keywords: Urban and Periurban Agriculture, Social Economy, Agroecology

Contexto

La comercialización de productos agroecológicos a través de la modalidad de venta de bolsones viene creciendo significativamente en los últimos años en la Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA). A diferencia de otras modalidades de comercialización utilizadas históricamente en la venta de productos agroecológicos, la que se presenta no se trata ni de ferias ni de venta en mercados. Representa otra propuesta más, entre tantas, donde se combina Agroecología y Economía Social, pero donde se le agrega actividad política. El caso, reviste cierta originalidad e importancia ya que además de involucrar organizaciones de productores y universidad se le agrega un actor novedoso como lo es una asociación gremial de investigadores y docentes universitarios.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Eixo 11

Agroecologia e Agriculturas
Urbana e Periurbana



No se debe dejar de mencionar que estamos hablando de la producción de alimentos en la RMBA. El periurbano bonaerense no solamente es una de las zonas con mayor conflictividad social del país. Allí también tiene lugar una permanente competencia por el uso del suelo en la que este tipo de uso, el de la producción de alimentos, se encuentra en una situación de vulnerabilidad frente a la dinámica impuesta por el mercado de tierras. Dinámica en la que tal competencia siempre resulta a favor de priorizar usos más rentables –en términos monetarios, claro está–, como el de la especulación inmobiliaria para barrios privados y otros desarrollos urbanísticos (Barsky 2005). Es por ello que se considera vital apuntalar y sostener sistemas agroecológicos en dicha región, por ser la fuente de alimentos para gran parte de la población y por la prestación de servicios ambientales que puede generar.

En ese sentido, resulta útil analizar el caso a la luz de los enfoques de la Agroecología y de la Economía Social. Por el lado de la Agroecología, porque colaboran con la seguridad y la soberanía alimentaria, sostenidas una agricultura de cercanías y porque mantienen la ruralidad en los territorios de bordes cuidando de los servicios económicos y ambientales que el periurbano presta a la ciudad (Allen 2003). El éxito de este tipo de propuestas es un aliento a la producción sin químicos en zonas donde la producción de alimentos suele ser colindante a las residencias. Pero no se trata únicamente de una producción sin químicos, como a veces se plantea desde el paradigma de la agricultura orgánica. Se plantea explícitamente como una alternativa al modelo de agronegocios y de agricultura industrial (Altieri y Toledo 2010; Toledo 2016). Por el lado de la Economía Social, no se trata sólo de producir mercancías algo más sanas y con un precio diferencial en el mercado. Entender a la Economía como un conjunto de principios, instituciones y prácticas que van más allá de las que se dan en el mercado formal nos lleva a buscar otros principios de integración económica, de producción y de circulación, tales como la reciprocidad o la redistribución (Coraggio 2009). Desde una perspectiva sustantivista, reducir la economía a lo mercantil implica dejar afuera a otros principios de integración de la economía que han existido en toda sociedad, lo cual conlleva consecuencias no solamente negativas en cuanto a las interpretaciones económicas sino también en el deterioro de las sociedades y sus ecosistemas (Polanyi 2015). La reciprocidad entendida como principio agregador de la economía alude específicamente al caso presentado ya que no solo se refiere al lazo que existe de forma individual entre dos puntos de dos grupos distintos, sino también, del conjunto una organización hacia la otra (Polanyi et al. 1976).



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Eixo 11

Agroecologia e Agriculturas
Urbana e Periurbana



Descripción de la experiencia

A mediados del año 2014 surgió la idea de aunar necesidades y potencialidades entre una organización de productores y un sindicato de investigadores y docentes universitarios del noroeste del conurbano bonaerense. Por un lado, la organización CONEMOR, una cooperativa de agricultura familiar, que reúne a más de 30 familias de pequeños productores hortícolas de la zona de Moreno. La misma, participa en la Mesa Provincial de Organizaciones de Productores Familiares de Buenos Aires (organización de segundo grado que nuclea a distintas organizaciones de la agricultura familiar y es, tal vez, la de mayor alcance en la Provincia de Buenos Aires) y se encuentra en estrecho vínculo con la organización política John W. Cooke, con quienes arman talleres de Agroecología, proyectos de riego y hace tiempo sostienen una feria semanal en la localidad de Francisco Álvarez, partido de Moreno, Provincia de Buenos Aires. Por el otro lado, la Asociación de Investigadores y Docentes de la Universidad de General Sarmiento (ADIUNGS), está ubicada en el partido de Malvinas Argentinas, Pcia. de Bs. As y cuenta con más de 300 afiliados. Con el doble objetivo de apoyar a productores en transición agroecológica y el de ofrecerle un servicio más a sus afiliados, ambas instituciones organizaron la venta de bolsones de verdura en la Universidad a través de lo que denominaron, Entrega de Verduras Agroecológicas, más conocido por sus siglas como “EVA”.

La operatoria en la de venta de bolsones EVA es llevada a cabo por miembros de ADIUNGS, quienes toman los pedidos y encargan el número de bolsones correspondientes a la CONEMOR que arma los bolsones y los transporta hasta el sitio de entrega cada quince días. ADIUNGS pone a disposición sus instalaciones para garantizar la entrega y financia el costo del flete.

Además de facilitar la comercialización de los productores y promover la Agroecología como alternativa también se cumplen objetivos de tipo gremial. ADIUNGS incluye este servicio como uno de los beneficios brindados por el sindicato, practicando un descuento a sus afiliados sobre el precio del bolsón.

El bolsón, por su parte, consta de distintas verduras y hortalizas de estación producidas de forma agroecológica (o en transición agroecológica) por ellos mismos y se complementan con productos que no se producen en la zona. Si bien este complemento (que suelen ser papas o cebollas provenientes del sur de la Pcia de Buenos Aires) no son agroecológicos, se adquieren en un mercado concentrador local cooperativo. Aunque aún no se ha conseguido intervenir en el impulso a la producción agroecológica en dicha región, al menos se apoyan las propuestas cooperativas. El precio del bolsón,



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Eixo 11

Agroecologia e Agriculturas
Urbana e Periurbana



más allá del descuento para los afiliados, viene dado por la CONEMOR y resulta significativamente menor de lo que se pagaría comprando las mismas verduras y hortalizas en los mercados tradicionales. Por supuesto que además se trata de un producto más saludable y más fresco.

Resultados

Desde su inicio en 2014 hasta la fecha, la propuesta ha tenido una gran repercusión en la comunidad universitaria local. Pensado originalmente para comercializar entre los afiliados al sindicato y el cuerpo docente de la Universidad, la demanda se hizo fuerte también entre estudiantes y el personal no docente, así como también en pobladores de la zona que se acercan al campus de la UNGS exclusivamente a comprar el bolsón. Vale destacar que el acercamiento de la población local a la Universidad es un dato no menor ya que el vínculo con la población del territorio próximo aún sigue siendo un desafío a resolver por la Universidad. Si bien la primera entrega fue de 60 bolsones, rápidamente el número creció a más de 100. Con algunas fluctuaciones que llegaron hasta 140 pedidos, el promedio actual ronda las 120 unidades por entrega y se mantiene relativamente estable.

Más allá del crecimiento local y particular del “EVA” es interesante revisar cómo han ido apareciendo y desarrollándose propuestas similares de comercialización. Antes del año 2014, si bien existían algunos sistemas de ventas por bolsones en la RMBA, generalmente eran planteados como bolsones de bajo costo (que al provenir del mercado central evitaban intermediarios y brindaban mejores precios al consumidor) pero ninguno de ellos provenían de agricultores en transición agroecológica. Por otro lado, también existían distintas iniciativas de venta de cajones de verdura orgánica a domicilio, pero como suele suceder con la agricultura orgánica de certificación, resultaban prácticamente inaccesibles para un gran sector de la población. Debe señalarse que en otras ciudades del país, como La Plata o Córdoba, ya habían empezado a surgir propuestas similares en sus universidades que, incluso, sirvieron de inspiración para la propuesta de ADIUNGS. Pero ha sido sobre todo en los últimos dos años que tanto en la Ciudad de Buenos Aires como en distintas localidades del conurbano se ha difundido notoriamente este tipo de práctica. Es curioso advertir que así como el EVA iba creciendo en número, también se difundían este tipo de prácticas con las cuales no había (por lo menos al comienzo) una articulación o un conocimiento mutuo. Incluso se observa una gran diversidad en el modo en cómo se organizan tales ventas de bolsones. Desde organizaciones barriales a agrupaciones políticas, cada una, tiene sus propias formas de funcionamiento y relación tanto con la organización de productores



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Eixo 11

Agroecologia e Agriculturas
Urbana e Periurbana



como con los consumidores. Muchas de ellas son abastecidas por organizaciones de productores hortícolas de la zona sur (como los de la organización 1610 o la UTT) pero también de otras organizaciones de menor escala y alcance, y con menor historia en la transición agroecológica. A su vez, también se ha consolidado la venta de bolsones en universidades (como la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, donde si bien contaban con una feria de comercialización de este tipo de productos se ha incorporado esta otra modalidad de comercialización). Incluso, ha habido algunos intentos de otros sindicatos de docentes universitarios que han intentado replicar la propuesta y vienen teniendo éxito.

El éxito particular del EVA caso se puede presentar con un primer logro que es claro y evidente. Los consumidores acceden a un producto más sano y a un precio más justo que el del mercado convencional y los productores obtienen una retribución más justa de su trabajo colaborando con un manejo más sostenible de sus agroecosistemas. Pero los Resultados no se reducen a ello ni tampoco los desafíos.

Para la organización sindical es una buena forma de acercarse a sus afiliados (o potenciales afiliados) y de despertar en ellos, como en el resto de los consumidores, el interés por la propuesta agroecológica. Por supuesto el acercamiento a los afiliados cumple un primer objetivo que es gremial y político. De hecho, ha contribuido a que docentes que no estaban afiliados pero se acercaban a comprar el bolsón generaran un vínculo de mayor confianza y se interioricen de los temas gremiales. De igual modo, muchos estudiantes y no docentes que no conocían la institución generaron un vínculo a partir de la venta del EVA. Pero hablar de objetivos políticos también es extender los lazos con el territorio y con uno de los sectores más postergados por las políticas públicas: el de la Agricultura Familiar. En ese sentido, se ha ideado una suerte de visitas a campo, donde los consumidores puedan asistir personalmente a los espacios de producción, intercambiar con los productores y adentrarse en las prácticas que estos llevan adelante, tanto técnicas como organizacionales. De esta manera, la contienda política por la promoción de la Agroecología y la Economía Social, la soberanía alimentaria, el acceso a tierras y el ordenamiento territorial, tiene un nuevo ámbito de difusión y discusión.

Como se ha mencionado, también se afianza el vínculo con el resto de la comunidad universitaria. Se han organizado jornadas sobre la temática en la universidad con buena repercusión entre los asistentes. De estas jornadas han surgido, entre otras cosas, un fructífero intercambio con los estudiantes de la materia Agroecología en la Licenciatura en Ecología. El resultado de ello es haber acordado salidas de campo y trabajos



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Eixo 11

Agroecologia e Agriculturas
Urbana e Periurbana



conjuntos con los docentes de la asignatura. De igual manera se planteó la necesidad de generar proyectos de extensión desde otras áreas de investigación afines a la temática.

Entre las potencialidades que genera este tipo de vínculos también se comenzó a evaluar la posibilidad de establecer un Sistema Participativo de Garantías (SPG) involucrando a docentes y estudiantes. Aunque aún es solo una posibilidad ya han avanzado las conversaciones entre las partes para buscar los modos de realizarla.

También es importante señalar algunos desafíos y algunas oportunidades. En cuanto a los desafíos es importante aclarar que la organización y la logística están casi al tope de sus posibilidades. La tarea de entrega y venta de bolsones es llevada a cabo de forma voluntaria por investigadores y docentes en sus tiempos libres (cada vez más acotados) y una vez cada quince días. La organización de los pedidos es muy rudimentaria. Se envían por mail y se ordenan en una planilla de cálculo. En ese sentido se ha pedido un financiamiento externo para diseñar un software que agilice la tarea. Otra dificultad es el lugar de entrega. La misma se realiza en el propio local de ADIUNGS, el cual no podría recibir más bolsas que 120-140, representando un límite físico para incorporar más consumidores. Si la demanda continúa creciendo se deberá resolver este problema.

En cuanto al rol de los consumidores, el desafío es que la compra de bolsones no se convierta un acto inconsciente de adquisición de mercancías que queden desprovistas del sentido y de las prácticas que se intentan promover. Algunas intervenciones se han hecho en ese aspecto. En la revista semestral del sindicato se han escrito notas describiendo lo que significa la Agroecología y diferenciándola de la agricultura orgánica (distinción que muchos consumidores confunden) y en los bolsones la agrupación J.W. Cooke agregaba, a modo de campaña, folletos y volantes con frases, slogans o Referencias aportando a la misma cuestión. Como ya se señaló también se han organizado jornadas con docentes y productores que han tenido buena repercusión. Si bien existen señales que dan cuenta de que en algunos casos pueda tratarse simplemente de una compra hecha a mejor precio y desprovista otros sentidos, aún se mantiene fuerte el interés en la propuesta, el compromiso, y la voluntad por parte de los consumidores.

Por el lado de la oferta, también aparecen ciertos pormenores a considerar. Si bien los productores de la organización podrían incrementar su propia producción, les resulta difícil incorporar más familias al proceso de transición agroecológica. Existe cierta reticencia por buena parte de los productores de la zona a abandonar las prácticas convencionales que ni siquiera el éxito de la CONEMOR a raíz de la conversión agro-



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO
X CONGRESSO BRASILEIRO
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO
12-15 SETEMBRO 2017
BRASÍLIA- DF, BRASIL

Eixo 11

Agroecologia e Agriculturas
Urbana e Periurbana



ecológica ha conseguido superar. En ese sentido, se espera que el trabajo conjunto con áreas de extensión de la Universidad pueda aportar en esa intervención. Sería sumamente valioso que ante la cada vez más insuficiente intervención de las políticas públicas para con el sector, la extensión universitaria pueda, al menos, realizar un aporte supliendo esas deficiencias.

Referencias bibliográficas

Allen, Adriana (2003) La interfase periurbana como escenario de cambio y acción hacia la sustentabilidad del desarrollo. En: Cuadernos del CENDES N°53, vol. 53, Caracas. Mayo.

Altieri, Miguel y Víctor Manuel Toledo (2010) La revolución agroecológica de América Latina. Rescatar la naturaleza, asegurar la soberanía alimentaria y empoderar al campesino. En: El otro derecho N°42 ILSA Bogotá

Barsky, Andrés (2005) El periurbano productivo, un espacio en constante transformación. Introducción al estado del debate, con Referencias al caso de Buenos Aires. Scripta Nova. Revista de Geografía y ciencias sociales. Universidad de Barcelona. Vol IX N° 194 (36) 1 de agosto de 2005. Coraggio, José Luis (2011) "Principios, Instituciones Y Prácticas De La Economía Social y Solidaria" en Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital. Alberto Acosta y Esperanza Martínez (Editores), Abya Yala, Quito, 2011

Polanyi, K; Arensberg, C. M; Pearson, H.W. 1976. Comercio y mercado en los imperios antiguos. Editorial Labor, Barcelona (1957).

Polanyi, K. 2015. La Gran Transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo. Editorial Oriente, Santiago de Cuba, 2015.

Toledo, Víctor Manuel. 2016. ¡Salir del capitalismo! La revolución agroecológica y la economía social y solidaria en América Latina. En: Coraggio, J.L (org) Economía Social y Solidaria en Movimiento. Ediciones UNGS