

Cuadernillo Popular *Nº1* 1er Semestre 2020

ComERcializaciÓN alTErNativa de ALiMentos LocALES

Ferias públicas

*Cooperativas
de consumo*

*Plataformas
digitales*

*Canastas
agroecológicas*



OBSERVATORIO DE
PARTICIPACIÓN SOCIAL
Y TERRITORIO

Presentación

Este material surge de la necesidad de poder compartir información, conocimiento acumulado y nuestra perspectiva en torno a las diferentes temáticas que se han y están trabajando en el Observatorio de Participación Social y Territorio de la UPLA, en conjunto con diferentes actores territoriales. Parte de nuestros desafíos ha sido poder contar, en palabras simples, aquello que, desde el trabajo universitario, generalmente se redacta para públicos especializados con un lenguaje técnico que puede resultar lejano para muchas personas.

En este primer número les contaremos sobre diferentes formas de comercializar alimentos agroecológicos en la región de Valparaíso. Aquí es importante mencionar que entendemos la agroecología como una herramienta de reflexión y acción política que busca transformar las relaciones campo-ciudad en lo que respecta a la producción de alimentos. Así, las formas de comercializar que veremos a continuación tienen la particularidad de preferir alimentos de la zona, cultivados por pequeñas y pequeños agricultores, con los cuales se mantienen relaciones de confianza. Buscan evitar intermediarios (personas o empresas que, en la cadena de comercialización, se ubican entre la producción y el consumo, elevando el costo del alimento), de forma que exista un trato directo entre la persona productora y quien consume el alimento.

La idea es construir una relación de ida y vuelta, donde todos ganemos. Por eso es que este material puede ser utilizado para difundir estas experiencias y conocerlas un poco más, o bien, como material de consulta. (Si ya lo leíste y no lo volverás a consultar: idáselo a una amiga o amigo, a una vecina o vecino!)

NOTA: Tanto las experiencias como sus características han sido identificadas durante un periodo extenso de tiempo, por lo que alguna información podría estar desactualizada.



Ubicación de experiencias de comercialización alternativa de alimentos locales

Región de Valparaíso



Cooperativas de consumo



Ferias públicas



Canastas agroecológicas

Comercialización alternativa de alimentos locales

Ferias públicas

Generalmente, se ubican en los espacios públicos (no confundir con las ferias tradicionales: se parecen, pero no son lo mismo). Hay dos tipos: las autogestionadas y las con apoyo del Estado.

Cooperativas de consumo

Grupos de personas que se organizan para hacer sus compras de alimentos en conjunto. Favorecen a proveedores cercanos, agroecológicos y con los cuales tienen una relación de confianza.

Plataformas digitales

Espacios virtuales gestionados por intermediarios conscientes que juntan los pedidos en una página web, buscan proveedores y después te los llevan a casa.

Canastas agroecológicas

Modalidad surgida con posterioridad al 18 de Octubre, que busca conectar a productores del interior de la región con consumidores de la ciudad. Distribuye cestas de verduras agroecológicas, con un valor fijo, cada quince días.





1



Ferias públicas



Generalmente ubicadas en un espacio abierto (plazas o calles), las ferias son lugares donde las y los productores venden sus alimentos directamente (esta es la principal diferencia respecto de las ferias tradicionales, donde la mayoría de las veces la venta está a cargo de intermediarios). Formada en 2011, la primera fue Eco Viva, la que luego de transitar de manera temporal por diferentes comunas de la región, se instaló definitivamente detrás de la Biblioteca Severín, entre avenida Brasil y calle Molina, a una cuadra de la plaza Victoria. Este es un espacio reservado para productores certificados como orgánicos, y se desarrolla el primer sábado de cada mes. Otras ferias regionales son: la **Bioferia**, que es itinerante y funciona una o dos veces al mes en la plaza Municipal de Quilpué, todos los jueves en la plaza de Armas de Quillota y, ocasionalmente, en Valparaíso; la **Ecoferia Integral de Quilpué**, que se realiza cada lunes en la plaza Municipal; y en Olmué, la **Feria Orgánica La Palma**, organizada por la junta de vecinos del sector y con un grupo de entre cuatro y seis productores.



Eco Viva (Valparaíso)
Ecoferia Integral de Quilpué
Bioferia (Quilpué)
Feria Orgánica La Palma (Olmué)



2



3



4

1 **Eco Viva (Valparaíso)**
[f ecoviva.valpo](https://www.facebook.com/ecoviva.valpo) [i ecoviva.valpo](https://www.instagram.com/ecoviva.valpo)

2 **Ecoferia Integral de Quilpué**
[f ecoferia.quilpue](https://www.facebook.com/ecoferia.quilpue) [i ecoferia.quilpue](https://www.instagram.com/ecoferia.quilpue)

3 **Bioferia (Quilpué)**
[f bioferia.quilpue](https://www.facebook.com/bioferia.quilpue) [i bioferia](https://www.instagram.com/bioferia)

4 **Feria Orgánica La Palma (Olmué)**
[f feria.lapalma](https://www.facebook.com/feria.lapalma) [i feria.lapalma](https://www.instagram.com/feria.lapalma)

Ferias con apoyo institucional

Se han identificado dos agroferias campesinas, una en Limache y otra en Olmué, además de la Feria Mercado Verde en Calera que, desde marzo de 2017, funciona todos los martes.

De estas tres experiencias, la única que se reconoce con un sello 100% agroecológico es la Feria Mercado Verde de Calera. Las otras dos agrupan a productores orgánicos y convencionales.



A lo anterior se suman los llamados mercados campesinos, promovidos por el INDAP o los municipios. En la comuna de Valparaíso, se desarrollan de manera consolidada desde enero y abril de 2018 en las plazas Bizmark (cerro Alegre) y Esmeralda (cerro Monjas). A principios de enero de 2019 se inauguró un nuevo mercado campesino en Llolleo, apoyado por la Municipalidad de San Antonio.

Estas iniciativas tienen la virtud de contar con un apoyo institucional (como, por ejemplo, equipamiento, permisos, gestión de espacios públicos, etc.) que les permite tener mejores condiciones de comercialización para las y los productores, además de acercar la producción orgánica o agroecológica a todo tipo de consumidores.



CoNveRSanDo coN ■ ■ ■

Productoras y productores agroecológicos de la región

Para las y los productores, una de las grandes virtudes de las ferias es que no existen intermediarios, que terminan por elevar el precio de los productos, perjudicando tanto a las y los productores, como a las y los consumidores.

Además, se trata de un espacio donde hay un trato directo. Las y los pequeños productores le ven la cara a las y los consumidores y viceversa. Esto permite incrementar las confianzas, y también conecta las necesidades de unos y otros.



“... para mí un poco la feria es eso, la visibilidad, de estar en la boca de la gente, de que llega el cliente... viene y te dice ‘oye, hoy día no te voy a comprar nada, pero buena onda’... entonces te conocen...”

“... se pensó, en Valparaíso, directamente llevarlo al cerro, entonces la gente que es mayor de edad que siempre tiene que bajar y gastar en locomoción, no lo tengan que hacer sino que en su cerro esté todo, y eso ha sido súper bonito, o sea, lo que se genera también a nivel de la comunidad”

La relación con el Estado

La relación entre la producción agroecológica y el Estado ha sido siempre bastante frágil, estando determinada fundamentalmente por iniciativas individuales de alguna o algún profesional o equipo articulado desde su posición de operador estatal.

Soluciones paternalistas

Los apoyos de parte del Estado están pensados desde la dependencia institucional, y nunca para generar herramientas, conocimientos y la autonomía de las y los productores para que estos puedan funcionar de manera independiente. El Estado pasa a ser un promotor de soluciones transitorias y paternalistas que pretenden impactar en los territorios, pero desde la fragilidad de soluciones cosméticas. No hay, por lo tanto, una visión integral, ni tampoco se ensayan o promueven cambios estructurales en las relaciones económicas de quienes producen y consumen alimentos. El Estado sigue siendo fundamentalmente una herramienta de promoción de la agroindustria orientada hacia los mercados internacionales.



El Estado no parece ser un aliado

En términos generales, las políticas públicas impulsadas por los gobiernos posdictatoriales no han considerado las particularidades de los territorios ni tampoco las capacidades que existen en él. Son iniciativas planas, homogéneas, carentes de seguimiento y que protegen al agronegocio en desmedro de la agricultura familiar.

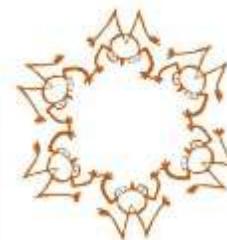


Una relación de dependencia e instrumental

Las relaciones de dependencia que promueve el Estado, por medio de sus políticas y operadores, terminan por debilitar las experiencias agroecológicas. Generan una atadura que resulta muy difícil de superar cuando se rompe el vínculo asistencial. Superar esta dinámica es, sin duda, un reto para la agricultura local/familiar, porque este tipo de relación los deja en una situación de fragilidad frente al futuro y, sobre todo, frente a los giros en las políticas públicas, dados por los cambios de gobiernos o por nuevas tendencias impulsadas por agentes territoriales locales. Aquí las acciones políticas y formativas en el área de la autonomía y la autogestión son fundamentales no solo como una forma de entender la relación con el Estado, sino como una estrategia de consolidación de las propias iniciativas.

Cooperativas de consumo

Tras un fuerte impulso en la década de los sesenta y setenta, el cooperativismo cayó bajo la oscuridad de la dictadura cívico-militar que las dejó de promover. Hoy se vive un resurgimiento que ha permitido volver a pensar en esta estrategia organizacional y política como una forma de entender lo económico. Las cooperativas dan vida a relaciones basadas en el apoyo mutuo y la reciprocidad.



Una de sus variantes son las cooperativas de consumo. Estas son organizaciones de personas que se juntan para comprar alimentos y productos no alimentarios de manera colectiva. Establecen otro tipo de vínculos con las y los proveedores y piensan la comercialización desde otros puntos de vista.

Durante el tiempo que hemos estado trabajando en este tema, hemos podido identificar dos cooperativas de este tipo en la región: **Orígenes**, que funciona en Valparaíso, y **ALMA** (Aldea Matriz), asentada en Limache. Ambas tienen una corta vida de funcionamiento, dimensiones similares y, en ocasiones, comparten la red de proveedores, incluso, ejecutan algunas compras en conjunto.



Mención aparte merece la ya desaparecida **Cooperativa de Consumo La Porteña**. Fundada en 1887, durante años se mantuvo vigente en el centro de la ciudad de Valparaíso.



Cooperativa ALMA

Prat 263
San Francisco de Limache,
Valparaíso

 cooperativaalma

 (33) 241 4970

Cooperativa Orígenes

Valparaíso
cooperativa.origenes@gmail.com

 cooperativaorigenes

 9 4011 8268



Cooperativa ALMA (Aldea Matriz)

Esta cooperativa cuenta con aproximadamente 30 socios (distribuidos en familias, personas y organizaciones) y está en proceso de legalización formal. Su dinámica de trabajo se encuentra bastante consolidada, pues cuenta con un sistema de distribución mensual, un grupo de productores para abastecerse permanentemente, una directiva rotativa y un sistema estable de reuniones bimensuales. Sus participantes son diversos desde el punto de vista de sus edades, su disposición a participar del colectivo, su compromiso político y respecto de las expectativas que este tipo de colectivo tiene que integrar.



Cooperativa Orígenes

En Orígenes participan alrededor de 40 unidades productivas, las que se ubican preferentemente en Valparaíso. Cuentan con un espacio físico que funciona como lugar de reuniones y de reparto, y también como almacén donde las personas pueden comprar los productos que comercializan. Privilegian la producción local y las relaciones de confianza con sus proveedores.

CoNveRSanDo coN ■ ■ ■

Consumidores de alimentos agroecológicos

Las crisis medioambientales, políticas y sociales, por las cuales mucho países están pasando, nos obligan a pensar nuevas formas de entender el consumo. La forma en que consumimos ya no es sostenible: contamina el planeta, reduce nuestras riquezas y debilita las economías locales.

Por esto es necesario transformar los actuales patrones de consumo, hacia unos que privilegien: comer aquello que la agricultura más próxima produce naturalmente; eliminar cuanto más podamos a los intermediarios, y preocuparnos por aquello que desechamos.

“Hoy en día, poco a poco, las personas sí gastan más lucas para alimentarse de mejor forma y dejan de lado esas cosas materiales como era antes comprarse el último televisor, el último teléfono, para luego irlos tirando...”

“... vi que esto de la alimentación era muy potente para generar cambios, el que uno consumiera local, que apuntara a los pequeños productores, a que se organizara para comprar. Está dentro del sueño de hacer un mundo a escala humana”



Las y los consumidores

A partir de investigaciones anteriores hemos podido proyectar una clasificación incipiente de las y los consumidores que participan de colectivos y experiencias dedicadas a la comercialización de alimentos orgánicos o agroecológicos. Estas categorías no son rígidas, sino que, por el contrario, muchas personas pueden transitar de una a otra, dependiendo de una multiplicidad de factores.

Consumidores responsables con el medioambiente

Este tipo de consumidor cuestiona críticamente al modelo de la agroindustria por los impactos negativos que produce en el medioambiente: incremento de la contaminación (agua, suelos y aire), profundización de la huella de carbono y destrucción de la naturaleza en todas sus formas.



Consumidores despolitizados

Este tipo de consumidor se concentra en el servicio de comercialización. Tiende a valorar más el hecho de que los alimentos se los lleven a casa que el propio producto y sus características agroecológicas. Por lo mismo, es un consumidor más inestable, ya que este tipo de alimentación no necesariamente forma parte de su dieta, como tampoco tiene una valorización política de estos mecanismos de producción y distribución de alimentos cercanos y a pequeña escala.



Consumidores politizados

Este tipo de consumidor es el más difícil de encontrar dentro del entramado organizacional de la agroecología, ya que supone un mayor grado de conciencia respecto de los impactos del modelo actual. Se trata de una persona más informada en todos los sentidos. No tan solo realiza un acto de compra más consciente y se ocupa de leer la información del etiquetado, sino que tiene acceso a información sobre los impactos del agronegocio y el sistema alimentario global; en algunos casos, puede incluso llegar divulgar este conocimiento. Suele, además, relacionar la alimentación con un estilo de vida que promueve el ejercicio, la actividad al aire libre y una relación más equilibrada con los entornos. Entiende la alimentación como un espacio de ejercicio de poder cotidiano e individual, que puede potencialmente impactar dinámicas de colectivos en la búsqueda de alternativas y horizontes transformadores.

Consumidores saludables

La o el consumidor saludable se acerca al consumo agroecológico buscando la protección de la salud personal o familiar. En muchos casos, esta preocupación surge luego del embarazo, durante la primera etapa de crianza de hijas o hijos, la aparición de una enfermedad o como una medida preventiva para tener una mejor salud.



Plataformas virtuales de distribución

Se trata de espacios virtuales (páginas web) donde se ofrecen una serie de productos alimentarios y no alimentarios que se pueden adquirir por intermedio de la página.



En la región de Valparaíso, hemos identificado cuatro plataformas de este tipo: **Canasta Orgánica**, **Zaqui**, **NewenMapu** y **Organicolibrí**. En general, estos espacios virtuales tienen dinámicas muy similares entre sí, como también lo es su trayectoria (entre cuatro y seis años). Estas similitudes se expresan en la forma en que han organizado el trabajo. Las plataformas suelen operar como

intermediarios conscientes entre la producción y el consumo de alimentos orgánicos. Es allí donde quien consume selecciona los productos y su cantidad a partir de un listado. Esta lista se cierra en un día determinado (generalmente, el día anterior al reparto), en ese momento quien gestiona la plataforma toma contacto con las y los productores, ordena el pedido según las necesidades previamente detectadas y, luego, reparte los pedidos a los domicilios de las y los consumidores.



Canasta Orgánica

 canastaorganica.cl

NewenMapu

 newen.mapu

 +569 7408 1150

Zaqui

 zaqui.cl

Organicolibrí

 organicolibrí

 +569 7408 1150



profundicemos...

El y la intermediario consciente

Nuestro trabajo en territorio, durante los últimos cuatro años, nos ha permitido reconocer una figura novedosa dentro de las plataformas digitales. Les hemos llamado: "intermediarios conscientes".

Esta es una persona que conoce y valora el aporte de la producción agroecológica. Es consciente de las dificultades con las que la pequeña agricultura debe lidiar, como la escasez de agua, la contaminación, la falta de apoyo institucional y la competencia de la agroindustria.

Sus prácticas se diferencian de las del intermediario convencional, quien entiende la comercialización como una oportunidad de lucrar con un sobreprecio creciente y determinado por las lógicas del mercado.

Al contrario, las y los intermediarios conscientes son un puente entre la producción y el consumo, que con diferentes intensidades elaboran un trabajo educativo y, a la vez, sostienen una relación más equilibrada con los márgenes de ganancia, generalmente, destinados a la mantención del proyecto y de uno o dos puestos de trabajo. Se trata de una actora o actor que comercializa e intermedia con una lógica solidaria en pro de la construcción de nuevas relaciones económicas, determinadas por valores como la cooperación y el apoyo mutuo, en lugar del individualismo y la competencia.



CoNveRSanDo coN ■ ■ ■

Gestores de plataformas...

Hoy en día internet es una herramienta importante que puede contribuir a acercar alimentos agroecológicos a consumidores que viven en grandes centros urbanos. Facilita la llegada de productos de calidad a la mesas de familias que no siempre tienen la posibilidad de comprar este tipo de alimentos por medio de otros canales.

Tiene la ventaja de hacer pedidos a la medida de las necesidades y tamaños de cada familia. Priorizan la distribución de pequeñas y pequeños agricultores locales, que no usan agrotóxicos y ofrecen precios competitivos en el mercado. Además, entre las diferentes plataformas existentes en la región, se ha generado una relación de cooperación y apoyo mutuo.

"Somos como una gran empresa, pero con distintos nombres..."

"Yo no postulo a un grupo ABC1... voy mucho a Gómez Carreño, a Reñaca alto, donde gente súper humilde, y les encanta, porque estás pudiendo alimentar de una forma sana y consciente a un público mucho mayor y no haces de esta una alimentación tan elitista"



Canastas agroecológicas

Después del 18 de Octubre de 2019, nos pusimos a pensar en una modalidad que pudiera facilitar la comercialización de pequeñas y pequeños productores de la zona interior de la región (en una primera etapa, específicamente de la zona de Colliguay, la que hoy sufre graves problemas de escasez hídrica) y conectarlos con unidades de consumo (familias o personas), interesadas en alimentarse de mejor forma y poder tener un tipo de consumo más responsable, solidario y colaborativo.



Nos planteamos como desafío poder, de forma autogestionada, resolver la comercialización de estos alimentos a un precio razonable, que se acercara lo más posible a los de las ferias públicas o negocios de barrio. Esto fue posible gracias a que tanto productores como consumidores hicieron un esfuerzo por apoyarse mutuamente y generar un vínculo directo sin intermediarios o márgenes de ganancia de ningún tipo.

Promovimos una canasta con diez alimentos básicos y de estación, que están presentes en muchos de los platos que cocinamos habitualmente en nuestros hogares. Las primeras canastas repartidas pesaban alrededor de doce kilos cada una y traían papas, cebollas, ajos silvestres, zapallitos italianos, limones, lechugas, zanahorias, pimentones, tomates y un atado de acelga, además de hierbas aromáticas. Desde enero de 2020 a la fecha de realización de este cuadernillo, se han llevado a cabo cinco repartos a entre 30 y 40 familias.

Estas unidades de consumo se organizaron alrededor de tres nodos: Sitio Eriazo (lugar donde además se realizaron los primeros armados de canastas), Loma/Ex-Cárcel y UPLA/Hormiguero. Gracias al trabajo voluntariado y colaborativo de las personas que conformaron estos nodos, se han sostenido los aspectos logísticos, la distribución en las canastas, la contabilidad y la relación con los y las pequeñas agricultoras.

REFlexioNEs FiNales...

Uno de los principales desafíos que nos plantean las formas alternativas de entender la comercialización de alimentos agroecológicos es la profundización de los procesos educativos en consumidores y productores. Es necesario avanzar hacia una politización del consumo y de la producción que nos vuelva más conscientes de los tremendos desequilibrios medioambientales, económicos y sociales que el actual modelo económico chileno provoca.

Se hace urgente apoyar la agricultura familiar de nuestra región, que está pasando por momentos críticos luego de años de presión sobre sus sistemas productivos, capacitaciones estatales que fomentan el uso de paquetes agrotóxicos, precios miserables en la compra de sus productos por parte del negocio minorista, contaminación de sus territorios, además del saqueo de sus riquezas naturales, las que son fundamentales para poder seguir produciendo.

El avance de la agroecología es el avance de un proyecto de emancipación que nos libera de las presiones del mercado, incrementa nuestros niveles de autonomía y autogestión, potencia las economías territoriales y revaloriza nuestras prácticas y saberes inferiorizados. Finalmente, permite retomar el control sobre nuestras riquezas naturales y nuestra economía. Es un proyecto que nos prepara para reproducir la vida con mayores niveles de libertad, donde las experiencias que hemos mostrado en este cuadernillo son todas aportes en la construcción de este camino.

Chile despertó de una pesadilla de décadas de maltrato, despojo e injusticias. Hoy se prepara para construir un futuro más solidario y cuidadoso con nuestros territorios, donde la cooperación colectiva se imponga a la competencia individual.





Fondecyt de Iniciación nº11170232

Investigador responsable

Pablo Saravia Ramos

Equipo

Luis Espinoza Almonacid

Débora Vega Valdés

Pablo Saravia Ramos

Editora

Camila Matta Geddes

Diseñador

Juan Pablo Díaz Rosales

