



tejiendo transiciones

**Articulaciones autogestionadas para la reconfiguración
del sistema agroalimentario local**

**Katyussa Veiga
Interaprendizaje - IPDRS**

Contexto Local

- ▶ La sociedad boliviana tiene cada vez MÁS un patrón de consumo influenciado por la hegemonía agroindustria de alimentos (urbes y área rural).
- ▶ Altos niveles de Importación de Alimentos (legal y Contrabando)



- ▶ Se incrementa la PÉRDIDA DE LA AGROBIODIVERSIDAD en el campo y en la mesa de las familias en las urbes.
- ▶ Hiperconcentración de oferta de alimentos en los mercados abastos y supermercados, los cuales cada vez son más grandes, menos diversos y más homogéneos en términos de alimentos ofertados (monoconsumo).



- Grandes y pequeños comerciantes priorizan la comercialización de alimentos importados e industrializados en detrimento de la salud de la población y la producción local

(tensión entre
Revendedoras
Y productores.)

Incremento masivo de
consumo de agroquímico
por la agricultura familiar.



De donde venimos...

- ▶ El fomento a la agricultura ecológica (alimentos sanos) en Bolivia se ha dado, por parte de las ONG por lo menos desde el comienzo de la década de 1990, frente a la expansión exponencial del modelo agroindustrial y de monocultivo.
- ▶ No se ha logrado todavía cerrar la cadena productiva donde los alimentos producidos por agricultura familiar campesina e indígena lleguen a los consumidores en las urbes. En otras palabras, la agroecología en Bolivia todavía falla en las estrategias de fomento a la sostenibilidad económica de esos sistemas, así como en la transición hacia una agricultura que dependa cada vez menos de la industria del petróleo (tecnología)
- ▶ Las ONGs que trabajaron para fortalecer a los agricultores familiares, lo hicieron desde la lógica de la **economía capitalista, competitiva y lucrativa**, y no lograron establecer procesos sostenibles e inclusivos de apertura de mercado.

El esfuerzo de las ONG para la apertura de mercados se dio/se dá bajo una lógica asistencialista y paternalista:

- ▶ *La estrategia utilizada fue la de ferias esporádicas o permanentes donde las ONG ofrecían infraestructura, comunicación de medios, traslado y alimentación de los agricultores pagados con dinero de sus proyectos.*
- ▶ *No se generaban espacios de empoderamiento para los agricultores en el proceso de comercialización y generalmente la información de mercado era información exclusiva de los técnicos de las ONG o intermediarios.*
- ▶ *Los procesos de comercialización fomentados no involucraban a los consumidores.*

Qué hacemos frente a eso...



¿Qué es el EcoTambo - Tejiendo Transiciones?

- ▶ Es un proyecto **autogestionado** que existe desde 2015 y que tiene su sede en La Paz. A lo largo del proceso el proyecto incorporó el aprendizaje de procesos exitosos y fallidos de acceso al alimento agroecológico y se construye, cada día, como un brazo articulador de mercados inclusivos para la agricultura familiar campesina e indígena.
- ▶ En este espacio se busca organizar las cadenas locales de relacionamiento entre **productores, consumidores, emprendedores sociales y otros actores**, tejiendo relaciones basadas en la economía de la reciprocidad a través de mecanismos que fomentan la **complementariedad, la diversidad, el establecimiento de cadenas cortas y semicerradas de circulación de bienes, conocimientos y servicios.**

Porque?

- ▶ **Eco-Tambo** porque queremos recuperar la esencia de un espacio de intercambio, pero no solo de un intercambio de productos, si no también de: semillas, conocimientos, tecnologías, saberes, pensamientos y todo lo que esté relacionado con la crianza de la vida productiva.
- ▶ Hablamos de **Tejiendo Transiciones** porque creemos que estamos en un momento de la historia de la Madre Tierra, en que debemos asumir retos en todas las esferas y tejer propuestas que apunten a generar en nuestra sociedad esa capacidad de trascender. Esto no será logrado si no construimos un tejido comunitario, que en este caso se da a partir de la crianza de relaciones productivas y de sustento básico.

Sostenibilidad y autogestión: principios

- No Competencia, Sí COMPLEMENTARIEDAD
- DIVERSIDAD;
- RESCATE de relacionamiento social del intercambio;
- RESPETO al productor y consumidor;
- CONFIANZA entre los actores de la cadena;







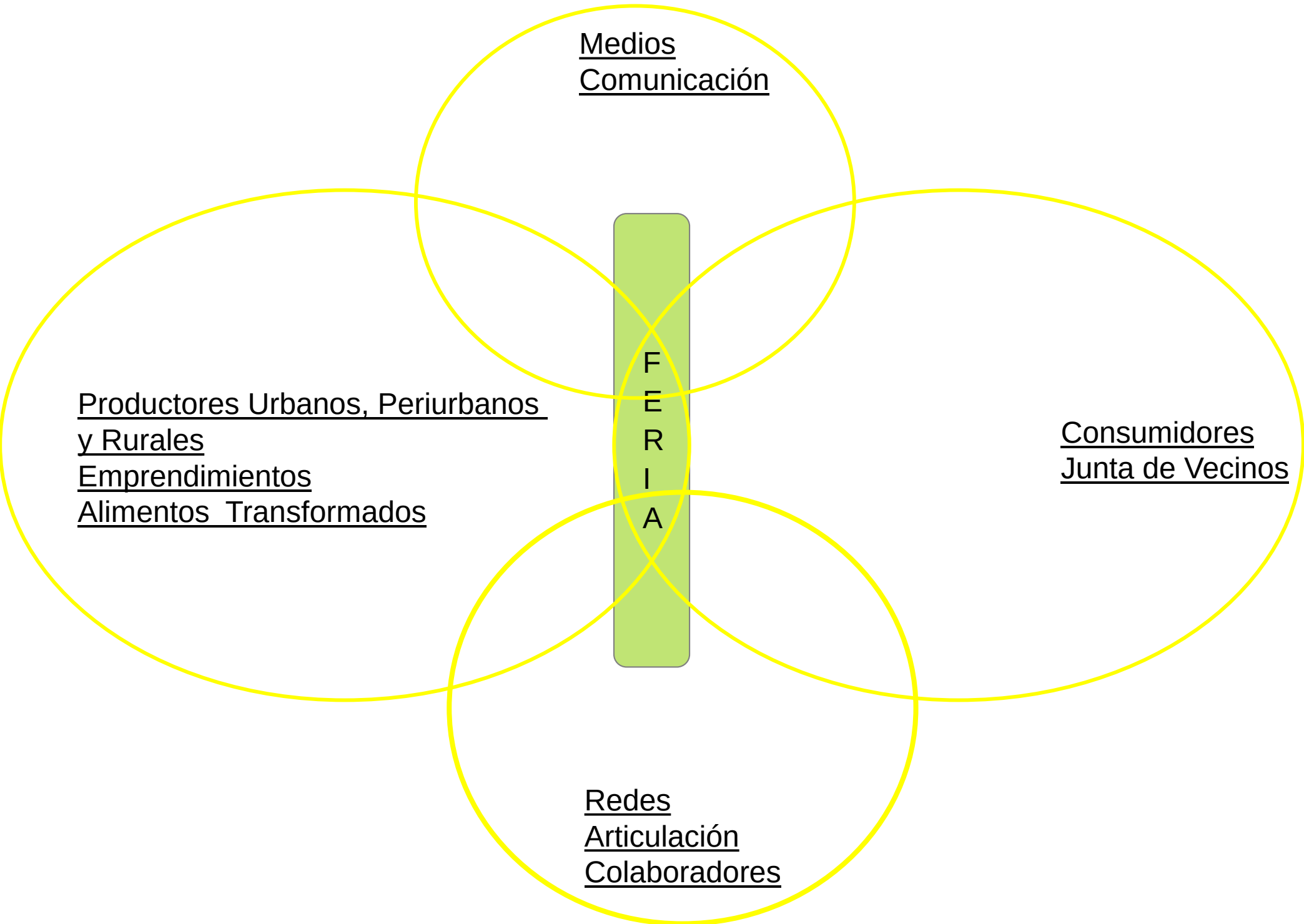
Medios
Comunicación

Productores Urbanos, Periurbanos
y Rurales
Emprendimientos
Alimentos Transformados

Consumidores
Junta de Vecinos

Redes
Articulación
Colaboradores

F
E
R
I
A









*Alimento
de
rescate*







Metodología de articulación de productores

- ▶ Asociación de productores ya organizados y/o familias campesinas/indígenas que trabajen o hayan trabajado con ONGs reconocidas por el fomento a la agroecología.

Ventajas:	Desventajas:
• Capacidades técnicas y organizativas previamente desarrolladas. • Primer nivel de garantía de los alimentos ofertados.	• Relación de poder y dependencia ONG-productor.

Circuito Corto de Circulación

Modelo *EcoTambo* - *Tejiendo Transiciones*

(en proceso de sistematización)



Agricultura Urbana y Periurbana (AUP) + Agricultura Rural

- ▶ Agricultura Urbana y Periurbana mantiene el espacio feria mientras la Agricultura Rural participa por temporada de cosecha con posibilidades de permanencia cuando haya oferta constante de alimentos.
- ▶ Caso de Sapahaqui + Sorata.
- ▶ AUP es tratada, en el grupo, como un *continuum* entre lo urbano y lo rural.



Rescate y promoción de la agrobiodiversidad

- ▶ A través del fomento al retorno del consumo en la ciudad. El mercado agroecológico tiene un potencial inmenso de influenciar la permanencia de las genéticas nativas viva en el campo. Así como todo lo que involucra la cultura agroalimentaria nativa.

Espacio territorial para potenciar la articulación

- ▶ Espacio territorial auto gestionado por vecinos, productores y consumidores.

Venta/trueques directo productor-consumidor

- ▶ Al inicio se estimula, pero luego se da automáticamente cuando se establece un nivel mínimo de amistad y confianza entre las y los actores que conviven en el espacio.

Múltiples estrategias de circulación

- ▶ El principal canal de circulación es el espacio ferial, sin embargo, intermediamos la relación inicial junto a restaurantes en dos momentos:
 - 1) cuando hay demanda explícita del mismo;
 - 2) cuando existe sobreoferta en el espacio ferial.
- ▶ Fomentamos también la compra colectiva (grupos de consumo barriales).

Transición de la Intermediación solidaria hacia una Intermediación transparente e informada

- ▶ La transición entre estos modelos sigue en proceso. Productoras urbanas y periurbanas realizan intermediación que benefician a otras familias de su zona.
- ▶ En el espacio ferial de la Plaza Lira 01 persona responde como intermediario solidario para la comercialización de libros de consumidores, materiales de colectivos amigos y otros, lo que complementa su pequeña producción y venta en este espacio. Además, practica la intermediación para artesanía y alimentos de familias Mosetén.

Comunicación creativa

Estrategia de venta informada

- ▶ Todo lo que se promueve en la feria debe venir con información relevante para la sociedad. En otras palabras, todo lo que se circula en el espacio ferial debe contener información sobre su origen.
- ▶ La transparencia en el proceso es la base para la construcción de la confianza.

Innovación constante

- ▶ Los cambios y las perturbaciones abren puertas para la experimentación y a menudo indican que es necesario cambiar de rumbo para sostener el espacio. **(CRISIS - OPORTUNIDADES)**
- ▶ La innovación social no puede ser planificada y producida de forma directa, pero sí puede ser **estimulada** creando el ambiente propicio para su aparición. Para que exista innovación es necesario que por un lado existan pequeñas organizaciones, individuos y grupos de personas creativos y con nuevas ideas que pongan en marcha las innovaciones, comunicación y el traspaso de información entre actores del mismo nivel y entre diferentes niveles, favoreciendo el aprendizaje colectivo

**En procesos autogestionados la creatividad es
un requisito para sobrevivir.**

► Conexión con redes y pertenecer a redes más grandes

Además de la articulación interna (productores, consumidores, emprendimientos y vecinos), trabajamos a base de colaboración en red junto a otras organizaciones o entidades colaboradoras.

Ejemplo: Diputación de Córdoba, Universidad de Córdoba, Subbética Ecológica (España), Plataforma Nacional de Suelos, Movimiento de Comida Consciente y otros.

ALGUNOS RETOS:

- ▶ Seguir fomentando la Agricultura Urbana y Periurbana desde su potencial de complementariedad con el mundo rural. (Entender lo urbano y lo rural como espacios de flujos complementarios).
- ▶ Seguir con las campañas de rescate de variedades nativas y ofrecerlas en el mercado para mantenerlas en el campo.
- ▶ Limpiar/sustituir/adaptar las semillas de hortalizas que se consumen en la ciudad y, por ende, se ofrecen en el espacio ferial.
- ▶ Replicar el modelo

¡Gracias!

ecotambo.feria@gmail.com

Facebook: ecotambo
Instagram: @ecotambo

