



MERCADOS y FERIAS

de la Comarca Andina del paralelo 42

Resultados de una investigación desde las voces de sus participantes



<https://feriasymercadosdelparalelo42.com.ar/>



Este diagnóstico se hizo en el marco del proyecto "Fortalecimiento de la producción local de alimentos frutihortícolas con énfasis en el enfoque agroecológico en la Comarca Andina del paralelo 42" (INTA PL459-PIT 1072) y contó con el apoyo financiero de MINCYT- PICT 2017-4025, INTA - PE 1173, German Academic Scholarship Foundation y FONTAGRO Innovación e intensificación para la adaptación al cambio climático de la ganadería extensiva familiar"

Mercedes Ejarque, María Virginia Nessi, María Guadalupe Lamaisón, Markus Frank, Leandro Sisón, Liliana Barbosa, Mariano Amoroso, Andrea Cardozo, Gabriel Garis y Javier Mariño



¿Qué objetivos nos propusimos?

En el marco de diversos proyectos de investigación y extensión, desde el INTA y las Universidades de Buenos Aires y Nacional de Río Negro, buscamos realizar un diagnóstico acerca de las ferias y los mercados donde se comercializa la producción local de alimentos frutihortícolas de la Comarca Andina, para identificar sus problemáticas, acompañarlos y contribuir a su desarrollo.



¿Qué hicimos?

- Entrevistas individuales y colectivas semiestructuradas con participantes de ferias y mercados
- Talleres con participantes de mercados y ferias
- Encuesta autoadministrada a consumidores de dos mercados.
- Encuesta a consumidores residentes en la Comarca: 186 encuestados de diferentes localidades en marzo 2022

Taller de Precios y Costos

En septiembre de 2021 desde INTA se brindó una capacitación sobre definición de precios y costos para integrantes de cuatro espacios.



Articulación con Ecomarcal



ECOMARCAL es el sello del sistema participativo de garantías (SPG) creado por productores y consumidores de la Comarca con el apoyo de técnicos y docentes.

El sello distingue productos locales que cumplen con ciertas normativas de calidad que garantizan un consumo sano y amigable con el ambiente y favorecen la economía local. Junto con ellos se está trabajando en capacitaciones y talleres sobre distintos aspectos productivos.

Página Web

Con el objetivo de contribuir a la difusión de los espacios y ferias, se realizó el diseño y publicación de una página web que cuenta con los datos y la ubicación en Google Maps para que se acerquen nuevos visitantes.

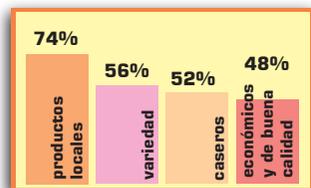


Construyendo sentidos de lugar

Más allá de los objetivos económicos, muchos espacios buscan insertarse dentro de sus comunidades, participando y colaborando en actividades que exceden los fines con los cuales se crearon. Realizan festivales o colectas solidarias, campañas de difusión de problemáticas sociales y ambientales. Para ello, establecen vínculos diferentes con actores culturales, sociales, económicos, con el Estado y con los consumidores. Estos sentidos de lugar se nutren de valores que priorizan el cuidado mutuo, la solidaridad y lo comunitario.



La buena onda, que es autogestivo, que acerca la producción local, que es parte, y generadora, de redes necesarias de las que también quiero ser parte



Motivos de Compra

Esta impronta es reconocida por quienes consumen y compran en estos espacios. Quienes, según las encuestas realizadas en dos espacios, los eligen porque son productos locales, porque hay variedad, porque son caseros, o porque son económicos y de buena calidad.

Aportes a la transición agroecológica

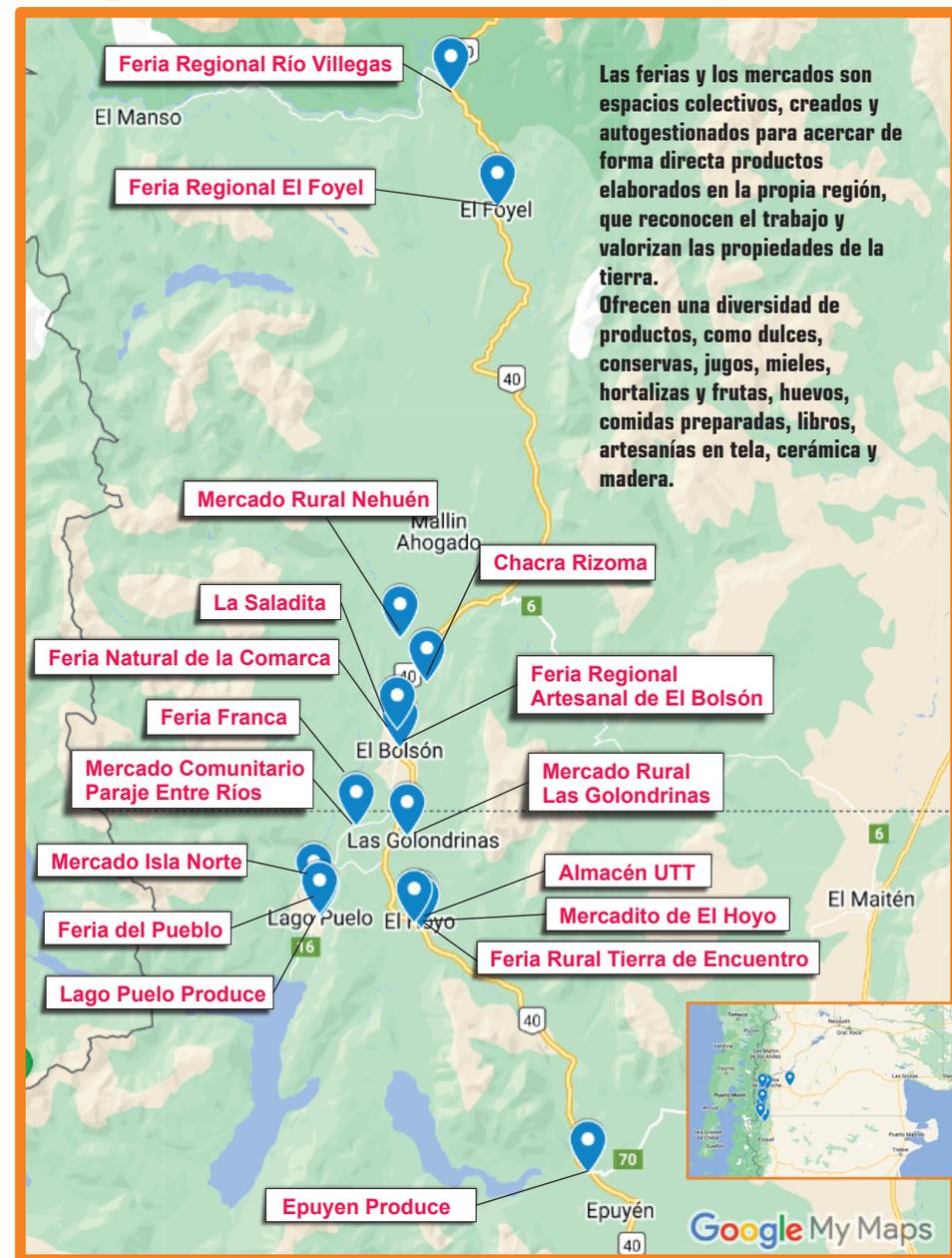
La crisis generada por la pandemia evidenció dificultades relacionadas con la provisión de alimentos en el ámbito local y fortaleció el desarrollo de sentido de lugar de los grupos de comercialización como de quienes consumen localmente.

Los mercados y las ferias mostraron capacidades para brindar respuestas colectivas ante esos nuevos desafíos. En algunos casos, desarrollaron actividades que se alinean con los principios de la agroecología y que pueden contribuir a los procesos de transición en la región. Por ejemplo, incentivan la diversificación productiva y la reducción de



personas intermediarias, promueven precios justos, generan instancias de compras conjuntas de insumos para reducir costos, comunican acerca de la alimentación saludable, crean estructuras organizativas que fomentan la participación, la toma de decisiones de forma horizontal y el aprendizaje entre pares.

Mapa de los mercados y ferias



Las ferias y los mercados son espacios colectivos, creados y autogestionados para acercar de forma directa productos elaborados en la propia región, que reconocen el trabajo y valorizan las propiedades de la tierra. Ofrecen una diversidad de productos, como dulces, conservas, jugos, mieles, hortalizas y frutas, huevos, comidas preparadas, libros, artesanías en tela, cerámica y madera.



Google My Maps

Características generales

Las ferias y mercados están integrados por personas ligadas a la producción primaria, la elaboración de productos y otras relacionadas a la economía popular y solidaria. La cantidad de integrantes es diversa: de 5 a 88 participantes. Este número cambia de acuerdo a la temporada, siendo mayor en el verano.

La mayoría son mujeres, aunque se reconoce que muchos varones aportan en el trabajo productivo o para tareas puntuales. Principalmente provienen de otros lugares, algunos buscando instalarse definitivamente y otros que están solo un tiempo en la región. Tienen entre 30 y 60 años. La composición heterogénea es valorada

Es como que somos productores de “de todo”. Hay productores de todo. Eso también está bueno, la diversidad dentro del grupo.

Objetivos

Los espacios se generaron inicialmente como alternativas para la comercialización y generación de ingresos para productores y elaboradores. Sin embargo, rápidamente se proponen otros objetivos, como ser lugares para “mostrar lo propio”; promocionar y desarrollar valores comunitarios; e intercambiar saberes. Así, se combinan estrategias de corto plazo para la adaptación o mitigación frente a contextos económicos adversos, con propuestas de largo plazo que son proactivas y buscan aportar al cambio en esas condiciones.

“A mí lo que me gusta de participar en la feria, más allá de que un mango siempre viene bien, sentirme parte de la comunidad, que participo en algo del pueblo”

Formas de organización

Las ferias se desarrollan al aire libre, donde cada productor tiene y maneja su propio puesto. En cambio, los mercados son espacios cerrados, donde se establecen sistemas rotativos para atender y vender los productos de todos los participantes. Para eso, se asignan números o códigos a los productores y el precio de venta en cada artículo. La mayoría de los espacios cobra un porcentaje de las ventas para los gastos comunes, pero la cantidad varía según si se participa en la atención u otras tareas colectivas. Tanto ferias y mercados funcionan en base a asambleas, con temarios definidos y comunicados previamente. Allí se toman las decisiones, buscando que sea por consenso y solo cuando no se logra, se vota y se decide por mayoría. Algunas trabajan en comisiones para mejorar la operatividad y otras designan responsables de tareas puntuales, como las de difusión y administración.

Trayectorias e Impactos de la pandemia

Identificamos 3 momentos de surgimiento:



En sus trayectorias, cada espacio reconoce distintos hitos, como la adquisición de espacios y/o infraestructuras; el acceso a algún proyecto de financiamiento; la formalización; la sensación de conformación de un grupo a partir de la identificación de objetivos en común; y la pandemia. Ésta última, modificó formas de organización, restringió la participación de anteriores integrantes, pero también diferentes participantes resaltan el surgimiento de procesos de solidaridad y acompañamiento en un momento difícil.