

**XII Jornadas Nacionales de Investigadores en Economías Regionales**  
**“Estrategias y dialécticas territoriales ante la reconfiguración neoliberal”**



<b>Índice</b>	<b>pág.</b>
<b>De minifundistas a agricultores familiares, de grupos a organizaciones: un análisis sobre la producción de identidades en el campo de desarrollo rural argentino</b> María Florencia Marcos CEUR- CONICET	2
<b>Las MiPyMEs mendocinas ante los actuales desafíos socio-productivos: reflexiones a partir de la experiencia de trabajo con un grupo de empresas</b> Eliana Canafoglia, María Albina Pol, Paula Fabre, Guadalupe Carracedo, Sol Romero Universidad Nacional de Cuyo	14
<b>Las microrregiones como objeto de análisis: aproximaciones conceptuales para el análisis y la comprensión de los procesos de reconfiguración territorial en la provincia de Entre Ríos</b> Repp, Gabriela (FTS-UNER), Schoenfeldt, Fátima (FTS-UNER)	26
<b>Desarrollo Regional, tipo de cambio y competitividad local. El Impacto de las políticas macroeconómicas en la actividad turística de San Carlos de Bariloche</b> Facundo E. Malvicino <sup>(*)</sup> , H. Martín Civitaresi <sup>(*)</sup> y Mariana B. Dondo Buhler <sup>(*)</sup> <sup>(*)</sup> Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Territorio, Economía y Sociedad (CIETES) Universidad Nacional de Río Negro - Sede Andina (Argentina)	37
<b>Intensificación ganadera, aproximación teórica y cambios en los gastos necesarios para la producción</b> Bruno Capdevielle CIEA (FCE-UBA)	52
<b>Estrategias asociativas agrarias: Ferias Francas y Mercado Concentrador Zonal en Posadas, provincia de Misiones</b> RIOS GOTTSCHALK Gabriela, ZAYAS Lucila, BENITEZ Silvia, OVIEDO Alejandro <i>FHyCS, UNaM</i>	65
<b>El Bioetanol en base a maíz y su inserción en cadenas de valor en la Provincia de Córdoba, Argentina</b> Castro Mónica; Emiliozzi, Analia	75
<b>Importancia del valor económico del agua en la determinación de las tarifas de riego</b> Pagliettini, Liliana Domínguez, Jorge Villegas Peña, Alan	88
<b>Las Escuelas de Gestión Social y el vínculo con el territorio. Una lectura desde la Economía Social y Solidaria</b> Liliana Chávez-Luna, Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS)	102
<b>Análisis del valor agregado y su distribución: Casos de estudio empresas Alemana y Argentina</b> Facundo Curbelo, Rubén Ascúa, Universidad Nacional de Rafaela	110
<b>El diseño como práctica vinculante entre la Universidad Pública y las unidades productivas de la Economía Social y Solidaria de Mendoza</b> D.I. Laura Torres y D.I. Celeste Martín Facultad de Artes y Diseño, Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza – Argentina)	121
<b>El aeropuerto internacional de tucumán y la exportación de arándanos por vía aérea</b> Grisel Victoria Azcuy, Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires	129
<b>La ganadería bovina e industria frigorífica uruguaya en tiempos de expansión agrícola y forestal</b> Lorena Muñiz FAUBA/INAC	142

## **Estrategias asociativas agrarias: Ferias Francas y Mercado Concentrador Zonal en Posadas, provincia de Misiones**

RIOS GOTTSCHALK Gabriela, ZAYAS Lucila, BENITEZ Silvia, OVIEDO Alejandro<sup>25</sup>  
*FHyCS, UNaM*

### **Introducción**

Entre los problemas de los pequeños agricultores en la provincia de Misiones resalta el de la comercialización de su producción. Los programas de desarrollo rural y asistencia técnica han enfatizado la dimensión productiva en las explotaciones agropecuarias, desconociendo o descuidando los canales que permitieran vender a precios justos y garantizar los ingresos necesarios para remunerar el trabajo y el esfuerzo de miles de agricultores familiares.

Frente a éstos condicionantes, son diversas las estrategias que las organizaciones de agricultores han utilizado para vender en diferentes mercados, llegando a generar y sostener prácticas asociativas propias de comercialización alternativa con protagonismo activo de los productores.

Diferentes experiencias de intercambio en el marco de la economía social, presentan dinámicas innovadoras que es necesario conocer, y al mismo tiempo analizar su relación con las políticas públicas que se han ido implementando en distintos momentos.

En este trabajo proponemos un análisis comparativo de las Ferias Francas y el Mercado Concentrador Zonal en la ciudad de Posadas, capital de la provincia de Misiones, atendiendo como variables a las formas comercialización, formación de precios, gestión colectiva, y relación con las políticas públicas.

Comenzamos con una caracterización de las Ferias Francas de Posadas con datos relevados durante el año 2017 a partir de una metodología cualitativa, con observaciones de campo y entrevistas directas a los actores involucrados.

Luego presentamos al Mercado Concentrador Zonal, en base a información obtenida mediante una metodología cuali-cuantitativa, que iniciamos en el año 2017 y continua. Se aplicaron encuestas a productores frutihortícolas con puestos permanentes, y por otro lado entrevistas a informantes vinculados a la organización interna del mercado, así como a funcionarios públicos responsables de su funcionamiento.

Con relación a las fuentes secundarias se analizó bibliografía específica, así como la normativa vinculada a organización de las Ferias Francas y a la creación del Mercado Concentrador Zonal de Posadas. También se examinaron antecedentes sobre la temática, informes oficiales de las instituciones y de las organizaciones.

Mediante el análisis de la información obtenida, se busca caracterizar la originalidad de estas experiencias, sus similitudes y contrastes, reflexionando sobre las estrategias de acción colectiva para construir y participar de mercados alternativos en el marco de debate sobre economía social y políticas públicas.

### **Agricultores familiares y venta de alimentos**

Los orígenes de las ferias francas en Argentina y en Misiones en particular, están relacionados con la crisis que enfrentaron los productores agropecuarios desde mediados de la década del '90, que redujo abruptamente los ingresos por venta de productos tradicionales de la economía provincial como té y yerba mate.

Impulsadas por el Movimiento Agrario Misionero (MAM), el programa Cambio Rural del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y el Programa Social Agropecuario (PSA), las ferias intentaron replicar modalidades de comercialización directa de alimentos que se desarrollaban en localidades vecinas del sur de Brasil, (Rio Grande Do Sul), en una primera instancia en la ciudad de Oberá para luego expandirse por todo el territorio misionero.

---

<sup>25</sup> Investigadores del proyecto 16H447 "Estrategias asociativas, políticas públicas y desarrollo rural en la Provincia de Misiones", FHyCS, UNaM

En este escenario, las experiencias de asociación en ferias permitieron ir superando las limitaciones de las unidades de producción familiar, ampliando los excedentes para la comercialización, que hasta ese momento estaba organizada para el autoconsumo.

Si bien se incorporaron tecnologías de manejo, de riego y de producción escalonada, inicialmente se buscaba mantener una producción sin agregado de agroquímicos (fertilizantes, venenos, etc.), recuperando saberes y costumbres de los antepasados y el respeto a la diversidad de culturas que habitaron históricamente en este territorio.

Con la constitución de *asociaciones de feriantes*, las ferias francas se vieron fortalecidas, se expandieron y se legitimaron gracias a la aceptación por parte de los consumidores de distintas localidades de la Provincia.

Entre los objetivos iniciales de esta forma de organización se destacaba la creación de espacios de comercialización, donde los productores pudieran vender en forma directa a los consumidores, para diversificar y mejorar las fuentes de ingresos de las familias de agricultores misioneros.

A la vez, los consumidores locales se encontraban con una variedad de alimentos frescos y producidos localmente que mejoraron la disponibilidad y el acceso a los mismos, a precios inferiores a los de otros mercados y en muchos casos de productos de mejor calidad y aceptación.

El asesoramiento y la asistencia técnica de diversas instituciones públicas de los gobiernos nacional, provincial y municipal, permitieron ir resolviendo problemas de escala de producción para abastecer las ferias, como de habilitación de los lugares de venta y de los medios de transporte utilizados.

Uno de los antecedentes de articulación de políticas de este tipo se encuentra en el Programa “Potencial de producción y comercialización de alimentos de la Provincia de Misiones” con participación de diferentes organismos públicos, que elaboró un diagnóstico, identificando los actores que conformaban la trama que sustentaba en ese momento los canales de comercialización de productos de la huerta familiar: entre otros, los feriantes que participaban de las distintas ferias francas que se venían realizando desde mediados de los ‘90 en el ámbito provincial (Cazzaniga, 2004).

A partir del 2006, desde las organizaciones de agricultores se fueron ampliando las demandas al Estado para reconocer la importancia económica y social y para garantizar la continuidad de la agricultura familiar: *“Acceso a la tierra es disponer del agua y el bosque para vivir, para producir. Significa también, acceso a la vida social, a la tecnología, a la educación. Al sistema de salud, a las distintas formas de intercambio (trueque, ferias, otros), en síntesis acceso a una vida digna y equitativa.”* (FONAF, 2007).

La Ley 27.118 de *Reparación Histórica de la Agricultura Familiar para la construcción de una nueva ruralidad en la Argentina*, plantea como objetivo “Asegurar el abastecimiento de alimentos saludables y a precio justo aportando estratégicamente a la sustentabilidad energética y a la preservación del ingreso” (Art 4, inciso e).

La inscripción en Registro Nacional de la Agricultura Familiar (ReNAF) y en el Monotributo Social Agropecuario (MSA) permitieron a partir de 2010 a miles de familias agropecuarias de Misiones acceder a programas de créditos, semillas de estación en forma gratuita, insumos para la construcción de invernaderos, capacitación y técnicas en el trabajo agrícola, y apoyo a las organizaciones en la comercialización, lo que promovió la incorporación de nuevos agricultores, el incremento en los niveles de producción, pero principalmente la mejora en los ingresos por comercialización asociada.

## **Ferias Francas en Posadas**

En Posadas, la primera feria franca comenzó a funcionar en septiembre de 1998, en Villa Cabello, al oeste de la ciudad, y estimuló la organización de otras en distintos puntos estratégicos, permitiendo el acceso de la población de los barrios a “alimentos de la chacra” y a mejores precios que con las formas convencionales de comercialización (supermercados, verdulerías, almacenes, etc.). En la actualidad suman más de trece ferias en las que participan agricultores y feriantes que comparten objetivos y metodologías de organización comunes.

Si bien cada feria tiene su historia organizativa y sus particularidades de acuerdo al grupo de feriantes que la impulsó, comparten una serie de características comunes.

De acuerdo a la legislación Provincial, *ferias francas* son consideradas como un conjunto de puntos fijos o móviles que se instalan en espacios públicos o privados con el acuerdo de la Provincia, Municipios y particulares, espacios propicios donde el productor se traslada por sus propios medios para vender mejor su producción semanalmente, puede responder por la calidad de sus productos y con los ingresos que consigue, comprar bienes, herramientas e infraestructura productiva. Los productores para ingresar a operar en la feria franca deben solicitar un lugar a la respectiva Asociación de Feriantes, e inscribirse en el Registro de Feriantes del Municipio de Posadas. Deben especificar datos personales y de su grupo familiar, domicilio de la unidad productiva y variedad de producción que van a ofrecer a los consumidores. Antes de comenzar a vender deben asistir a un *Curso de Manipulación de Alimentos*, tramitar la *Libreta Sanitaria* y un *Certificado de Salud Laboral* emitidos por la Dirección de Bromatología y Zoonosis del Municipio de Posadas, requisitos indispensables para su incorporación definitiva. Los feriantes de otras localidades de la provincia manifiestan que estos trámites que deben realizarse en la ciudad de Posadas les generan cierta incomodidad, ya que deben trasladarse grandes distancias y disponer de mucho tiempo que les obliga a descuidar su producción, siendo además que deben asumir los costos de todo el proceso.



Foto: Multitud de clientes un sábado a la mañana en la Feria Franca de Villa Cabello, Posadas

Es amplísima la variedad de productos que ofrecen, siendo un criterio común a las distintas ferias, que se trate de alimentos, producidos en Misiones y por agricultores familiares de productos tales como las verduras, frutas de estación, quesos, carnes y otros, elaborados artesanalmente.

Las ventas se llevan a cabo en espacios abiertos y tinglados, en lugares cedidos por la municipalidad o alquilados, cuyo tamaño varía según la cantidad de productores feriantes que participan en cada feria. Comenzaron funcionando semanalmente los días sábados y domingos, aunque algunas ferias con mayor movimiento empezaron a agregar ventas los días miércoles o viernes.

Respecto a la infraestructura, se ha ido completando con mucho esfuerzo por parte de las asociaciones. Se distribuyen los feriantes en pequeñas mesas para exponer los productos que ofrecen, que se identifican por número de habilitación renovable cada 6 meses y por la que deben pagar un canon semanal, al igual que por la limpieza y acondicionamiento de los espacios.

Es destacable el protagonismo de las mujeres agricultoras que además de producir y elaborar los alimentos, son en amplia mayoría las que venden los productos y dialogan con la clientela, también mujeres en mayor proporción. Acompañadas de sus familiares perciben este espacio como un lugar donde pueden vender sus productos en mejores condiciones, establecer vínculos con otras personas, aumentando la autoestima, superando el tradicional aislamiento de la chacra y situaciones de exclusión.

Los consumidores o clientes provienen de distintos puntos o barrios cercanos, y muchos de ellos que hoy viven en la ciudad han nacido o tienen familiares en las zonas rurales, por lo que tienen

una especial valoración de las personas que vienen a traer los alimentos y las comidas que es difícil comprar en los mercados urbanos. En los últimos tiempos, se está aprendiendo a valorar la forma en que se producen los alimentos, basándose en información sobre la importancia de la alimentación para una vida saludable.

Desde los orígenes de las ferias, los precios de los alimentos allí ofrecidos, han sido menores a los de los supermercados e incluso a los de verdulerías cercanas. Los momentos de aceleración inflacionaria como el actual, inclusive han distanciado más los precios respecto a otros mercados, ya que los feriantes no suelen aumentar los precios en la misma medida que aumentan sus costos. En cada feria hay acuerdos explícitos o tácitos, para que en todas las mesas haya precios similares, evitando, que la competencia entre ellos, disminuya artificialmente los precios necesarios para que todos los feriantes puedan lograr los ingresos que cubran los costos y genere un beneficio.

Sin embargo, se pudo advertir que, según la cantidad de productos y el movimiento de la feria, buscan adecuar sus precios, generando estrategias de promoción, rebajas por volumen de compra, u oferta a los mercados minoristas cercanos a precios más reducidos.

Los productores feriantes se organizan en Asociaciones Civiles por cada una de las Ferias, y a su vez envían representantes a la Asociación Civil Ferias Francas de Posadas “Ingeniero Roberto Cametti”. Las comisiones directivas son las encargadas de garantizar el funcionamiento cotidiano de las Ferias Francas en los días y horarios establecidos, recorrer todos los puestos para realizar un relevamiento de las necesidades y emergentes del momento. También son responsables ante los clientes y la Municipalidad de establecer el control sobre la presentación y calidad de los productos, la identificación de origen y las condiciones higiénicas del lugar.

La Asociación de Feriantes también gestiona ante los diversos niveles del Estado, desde la habilitación y regulación municipal, hasta la demanda al gobierno provincial y nacional de apoyo para la financiación y consolidación de las ferias. El Ministerio de Desarrollo Social de la Nación en años anteriores otorgaba fondos destinados a créditos para los feriantes, administrado como un fondo rotatorio por las Asociaciones, con una tasa mínima de interés, aproximadamente 7 % anual, con un plazo de devolución de 6 meses, situación que posibilitaba a los productores mejorar la infraestructura y equipamientos en sus chacras (invernaderos, media sombra, riego), además acompañar la capacitación sobre buenas prácticas agrícolas y de manipulación de alimentos, apuntando a mejorar la calidad para la comercialización.

### **Mercado Concentrador Zonal de Posadas**

Con el objetivo de promover y estimular la actividad desarrollada por los feriantes, se sancionó la ley que dio el marco regulatorio para la creación del Mercado Concentrador Zonal (LEY III – N°10 “Desarrollo, Promoción y Fomento de la Feria Franca y Mercado Zonal Concentrador de Ferias Francas de la Provincia”)

Aunque confluyen agricultores misioneros productores de alimentos, y recupera la experiencia de las ferias francas, el origen del Mercado Concentrador de Posadas, es distinto. Desde el inicio formó parte de una política pública que reconocía el protagonismo del Estado para garantizar el acceso a infraestructura permanente y adecuada, acompañamiento y asesoramiento técnico para la diversificación de la producción y lograr mayor escala, abasteciendo un mercado mayorista y minorista del oeste de la ciudad.

Con años de planificación previa, esta experiencia se puso en marcha en el año 2012 El objetivo inicial según la Ley III – N°10 era promover la venta en forma directa de alimentos producidos en Misiones provenientes de cooperativas, asociaciones y organizaciones de agricultores familiares.

Uno de los impulsores de esta iniciativa afirmaba que el “Mercado Concentrador *no viene a reemplazar a las Ferias Francas que funcionan durante la semana en Posadas, sino que las complementa. Es un eslabón en el proceso de evolución de lo que fue la Feria Franca que en sus inicios comenzó de una manera muy precaria, hasta que después incorporaron infraestructura y se organizaron mejor. En donde sí hay diferencia entre el Mercado y las Ferias es en el tiempo que tienen los colonos para comercializar sus productos. En las Ferias el tiempo es más acotado, un día a la semana, mientras que en el Mercado funciona más días y ofrece una variedad un poco*

*más amplia de productos*”, explicaba Ricardo Maciel, entonces titular del Instituto de Fomento Agropecuario Industrial<sup>26</sup>.

En el Mercado Concentrador Zonal de Posadas (Mercado) comercializan tanto productores periurbanos de la ciudad capital, como agricultores de municipios aledaños. Según lo expresado por los referentes entrevistados, hay productores provenientes de distintos barrios del cordón hortícola del gran Posadas, como de localidades en un radio de 100 kms, como Corpus, Gobernador Roca, Cerro Corá, Cerro Azul entre otras.

El Mercado trata de conjugar la necesidad de canales de venta directa de alimentos producidos en Misiones y las crecientes exigencias de calidad e inocuidad, requeridas por organismos de control de la Municipalidad de Posadas, Ministerio de Salud provincial y el SENASA.

Es un organismo pionero en la comercialización directa de pequeños productores, con apoyo del Estado. Está gestionado desde el Instituto de Fomento Agropecuario e Industrial (IFAI) un organismo autárquico provincial, que coordina y realiza la planificación en relación a la dinámica de organización y al funcionamiento del mismo. Articula con otros organismos nacionales y provinciales, las actividades de asistencia técnica y capacitación para los productores (Ministerio del Agro y la Producción de Misiones, Secretaría de Estado de Agricultura Familiar de Misiones, Min de Desarrollo Social de la Nación, INTA, entre otros).

Opera por la mañana de martes a sábados, siendo este último día el de mayor concurrencia de productores y clientes. Se realizan diariamente tareas de logística y transporte de la producción (hortícola), preparación para la comercialización y la venta directa a los consumidores.



*Foto: Comprando y vendiendo en un puesto del Mercado Concentrador Zonal, Posadas*

Los rubros que se encuentran en el Mercado son variados (tradicionales de las huertas familiares) y se van incorporando otros a medida que se presentan productores dispuestos a ofrecer nuevos

<sup>26</sup> Revista CAA NeaRural, Quedó inaugurado el Mercado Zonal Concentrador de Posadas, 24 Agosto 2012.  
<http://caa.nearural.com/ampliar.php?id=19295>

productos (yabuticaba, nísperos, moras, kinotos, y otras frutas tropicales). El sector frutihortícola fue el que inició las actividades en este Mercado, llegando a ofrecer más de 100 variedades de productos distribuidos en dos pabellones con 24 puestos cada uno. Estos son los productores que fueron relevados para el trabajo que se desarrolla en esta investigación.

También funcionan pabellones para:

- comercialización de productos artesanales como objetos decorativos realizados en vidrio, madera, papel y reciclados; marroquinería; indumentarias; artículos de blanquería; muebles, juguetes, plantas ornamentales, objetos en cuero, conservas, envasados, pickles y dulces, entre otros.

- alimentos pre elaborados, como pastas frescas y secas, panificados, confituras, jugos naturales, postres, comidas caseras cocidas y crudas, helados, comidas dietéticas y vegetarianas, sin TACC, sin azúcar y sin sal.

- comercialización de Cárnicos, Lácteos y Derivados

La atención y abastecimiento es realizada por los propios productores y/o familiares que provienen de diferentes municipios cercanos y de barrios de Posadas. Pueden participar de forma independiente o bien a través de organizaciones, asociaciones y/o cooperativas, que conforman de esta manera la cuenca productiva abastecedora del Mercado Concentrador.

Para ingresar al mercado, es necesario cumplir con un Reglamento que establece la presentación obligatoria dentro de los 30 días de solicitada la incorporación, de los siguientes documentos: Copias del DNI, CUIL, una boleta de servicios, declaración jurada de lo que tienen plantado, inscripción en el SENASA (este organismo extiende un certificado anual)<sup>27</sup>. En el caso de productores frutihortícolas, deben estar inscriptos además, en el RENSPA (Registro Nacional Sanitario de Productos Agropecuarios)<sup>28</sup>. Una vez que se cumple con éstos trámites, se autoriza a los productores a ocupar un puesto en el mercado.

La mayoría tiene un puesto permanente, que atienden los propios productores, o algún vendedor contratado al efecto. Más de la mitad de los encuestados afirmó que venden su producción exclusivamente en el Mercado, y otros, utilizan además canales alternativos, como las ferias francas. En ese sentido, muchos manifestaron experiencia previa de venta puerta a puerta, ferias barriales, ferias francas o en cooperativas antes de llegar al Mercado.

Entre las ventajas de operar en el Mercado, están aquellas relacionadas al uso de las instalaciones, cámaras, puestos, servicios varios (luz, limpieza del predio) y disponibilidad del mobiliario, que son gratuitos para los puesteros. No se cobran aranceles ni porcentajes sobre las ventas que realizan. Desde el Mercado también se ofrece el servicio de transporte para los productores que no cuenten con vehículos, (hoy la mayoría de los productores, trasladan la mercadería con medios propios, gracias a los ingresos generados mediante la comercialización en el Mercado Concentrador).

Hay que resaltar además, que en ese espacio, también se realizan actividades culturales, de formación, capacitación general y esparcimiento de forma gratuita.<sup>29</sup>

En el ámbito del Mercado se encuentran productores y consumidores, que se vinculan aquí sin intermediación. Se destaca el esfuerzo que realizan los productores para mantener calidad y continuidad en el abastecimiento de productos, para lo cual deben reforzar permanentemente la capacitación en Buenas Prácticas.

En esta etapa de comercialización, cobra relevancia la forma en que se determina el precio. Este se basa en un relevamiento cotidiano de precios de referencia, tomados en el Mercado Central de

---

<sup>27</sup> Si al momento del ingreso, el productor agropecuario no tiene ese registro, el propio MCZ extiende uno provisorio y desde el mercado se gestiona el trámite ante el Senasa y ante el RENSPA.

<sup>28</sup> La ventaja de adherir al Registro Nacional Sanitario de Productores Agropecuarios (Renspa), tiene por objetivo fortalecer el control sanitario, preservando la sanidad animal y vegetal y la calidad, la higiene y la inocuidad de los productos agropecuarios, insumos y alimentos.

<sup>29</sup> Por ejemplo actividades para el productor y para la comunidad en general, como capacitaciones de higiene y seguridad, de buenas prácticas, talleres didácticos, talleres ecológicos, talleres de Huerta Urbana, cursos de cocina, cursos de formación profesional, terminalidad escolar, espectáculos artísticos entre otros.

Misiones, y en las ferias francas que operan en la zona, llegando a determinar un valor tope que se anota en una pizarra en el ingreso del Mercado y que los productores deben respetar. Como una contraprestación por los beneficios de acceder a este espacio, estos se comprometen a ofrecer alimentos a precios justos para que los consumidores se beneficien de ésta política pública de soberanía alimentaria.

### **Análisis comparativo de ambas experiencias**

La mayoría de los productores que participan de las unidades productivas agropecuarias son descendientes de inmigrantes que trabajan la tierra, y hacen de ello un modo de vida para su desarrollo personal y social. Deben afrontar problemas respecto a factores climáticos adversos tales como sequías, inundaciones, granizo y otros, que en determinadas ocasiones se constituyen en un factor relevante al momento de negociar el precio del producto y las condiciones de mercadeo.

Las dificultades que se presentaban a cada agricultor para mejorar sus sistemas productivos y poder comercializar sus productos, se comenzaron a superar a través de estrategias asociativas y la conformación de asociaciones y organizaciones de agricultores, que además, establecieron vinculaciones con diversas instancias de formulación e implementación de políticas públicas.

En relación al ingreso y participación, son similares los requisitos exigidos, de registros, habilitación y capacitaciones obligatorias para manipulación de alimentos.

Entre las diferencias que pudimos advertir al comparar estas experiencias de las Ferias y el Mercado Concentrador, podemos destacar las siguientes: mientras que para acceder a las mesas en las Ferias Francas, los productores deben abonar semanalmente una tarifa por ocupar el puesto y una cuota social por mes, destinada a la Asociación a la que pertenecen, el Mercado no les exige el pago de aranceles o porcentajes para ocupar los puestos y a cambio se deben respetar los precios de referencia establecidos por la institución.

Las asociaciones de Ferias Francas no fijan los precios, es decir que cada feriante tiene mayor autonomía para establecerlo, de acuerdo a cantidad de productos, a la hora del día, a la relación con los clientes, etc. Sin embargo, dentro de cada feria existen algunos mecanismos informales de acuerdos de precios para evitar competir entre ellos.

El Mercado establece los precios máximos a los que se pueden vender los productos ofrecidos, que están exhibidos en una pizarra al ingreso del predio, pero cada productor, siempre y cuando no se pase de la referencia, puede ofrecer a menores precios según su conveniencia.

En las ferias francas, la planificación de la producción está organizada desde cada productor, a diferencia del Mercado que previendo la estacionalidad de los productos, y las fechas de mayor demanda, planean la producción con el asesoramiento técnico del organismo, para asegurar variedad y continuidad en la oferta.

Cuando las ferias fueron creciendo y consolidándose, ante la demanda de ingreso de nuevos productores, en lugar de ampliar indefinidamente los espacios de venta, iniciaron una estrategia de abrir nuevas ferias en distintos barrios de la ciudad, aprovechando la proximidad barrial como ventaja comparativa.

La escala de la inversión en el caso del Mercado, posibilitó hasta la fecha la incorporación de nuevos puesteros. La estrategia fue la de concentrar todos los servicios a la comercialización (transporte, cámaras, mantenimiento, gestión) en un solo lugar. Como contrapartida, la ubicación en un barrio alejado del centro de Posadas, condicionó la afluencia de la cantidad de compradores que se preveía alcanzar.





*Foto: Puesto en el Mercado Concentrador Zonal, Posadas*

### **Consideraciones finales y recomendaciones**

Respecto a los agricultores y a las formas de comercialización, el Estado a lo largo de las últimas décadas, fue transitando desde implementación de medidas de contención social en los años '80, o acciones de asistencia técnica a la producción frente a la crisis de los productos tradicionales (yerba, te, tabaco) en los '90, para más tarde incorporar las reivindicaciones de organizaciones de agricultores familiares, con programas de promoción de la producción y comercialización asociativa de alimentos.

El surgimiento de esta agricultura, con base en lo familiar, como sujeto colectivo organizado, permite imaginar una transformación social frente a las inequidades de los mercados capitalistas. Experiencias como las ferias francas promueven principios solidarios atendiendo el bien común, al mismo tiempo que posibilitan mejorar los ingresos para las familias de productores.

En tanto que el Mercado Concentrador Zonal permitió canalizar recursos públicos para fortalecer la producción provincial de alimentos, favoreciendo la actividad de los agricultores misioneros, que comparten principios de la Economía Social, en la búsqueda de soberanía alimentaria, garantizando el acceso a alimentos para la población, estimulando la actividad desde la órbita del Estado.

Coraggio (2010) se preguntaba ¿Cómo construir otra economía? Aportando reflexiones sobre la economía mixta, donde coexisten experiencias de economía popular, pública y empresarial.

El proceso de surgimiento y expansión de las ferias francas en Misiones se suele enmarcar en la economía popular, como iniciativas que organizan autogestivamente formas de producción y comercialización, centradas en el trabajo familiar y con formas solidarias y asociativas, cuyo sentido principal es mejorar la calidad de vida de sus integrantes.

En el Mercado, se institucionalizan prácticas y principios tanto de la economía pública como de la economía popular. También se advierten en algunos puesteros que han logrado capitalizarse y ampliar su escala de producción y venta, prácticas de tipo empresarial como la contratación de asalariados y de inversiones en tecnologías para incrementar la productividad, conformándose lo que Coraggio llama un sistema de Economía Mixta.

En estas iniciativas económicas regionales es necesario promover acciones de comunicación e integración desde los distintos organismos que regulan su funcionamiento, aunar criterios y esfuerzos en beneficio del bien común ante la necesidad de contar con instalaciones e infraestructura en mejores condiciones, ello significa mayor asistencia técnica y financiera. El desafío es aumentar los canales de mercadeo e incursionar en formas alternativas de comercialización.

Los actores que integran estas experiencias de comercialización comparten principios y dinámica de funcionamiento similares: sin embargo presentan algunas diferencias sustanciales: de escala, modalidades de organización, relación entre productores y consumidores, y vínculos con las políticas públicas.

Es necesario atender las singularidades de cada iniciativa a la hora de formular e implementar políticas públicas de asistencia y promoción, que intenten conjugar mejoras en las condiciones de trabajo y de vida de los agricultores, con el abastecimiento de necesidades alimentarias de la población.

Los cambios recientes de orientación en las políticas macroeconómicas en Argentina, nos plantea interrogantes vinculados a la importancia otorgada a la agricultura familiar y la continuidad de los programas de estímulo a las organizaciones que representan a los productores feriantes.

El surgimiento del Mercado Concentrador de Posadas buscó profundizar e institucionalizar las políticas específicas del Estado en la promoción y acompañamiento del fenómeno económico social que significó para la provincia la aparición de las Ferias Francas. En la medida que estas políticas tengan continuidad, es posible generar el empoderamiento de estas estrategias de comercialización en toda la provincia, en beneficio de la familia agricultora.

## Referencias Bibliográficas

ARGENTINA (2014) Ley 27.118 de Reparación Histórica de la Agricultura Familiar para la construcción de una nueva ruralidad en la Argentina.

Arias G. y Tarzibachi M. (2008) Promoción, desarrollo y fortalecimiento de la Economía Social: Experiencias y aportes desde el Voluntariado Universitario.

Belmonte S, Cáceres D, Estigarribia S, Fernández Facal V. (2011) "Experiencias de Economía Social: Ferias Francas". Cátedra de Economía Social, PCE, FHyCS.

Cazzaniga Hernán (2004) Potencial de producción y comercialización de alimentos de la Provincia de Misiones, Informe de Avance. Convenio Consejo Federal de Inversiones - Subsecretaría de Comercio e Integración del Gobierno de la Provincia de Misiones.

Colman Daniela (2009) Las Ferias Francas: Una forma de comercialización de la Agricultura Familiar. IPAF NEA.

Coraggio José Luis (2010), *Pensar desde la perspectiva de la Economía Social*. En: Cittadini Roberto y otros (2010) Economía social y agricultura familiar: hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención, 1a ed, Buenos Aires, Ediciones INTA, 465 p. ISBN 978-987-1623-53-2

MISIONES (2015) LEY VIII – N° 69 Ley provincial de Agricultura Familiar.

MISIONES (2010) LEY III - N° 10 Desarrollo, Promoción y Fomento de la Feria Franca y Mercado Zonal Concentrador de Ferias Francas de la Provincia. Misiones,

Nosetto Luciano. (2016) Teorías de la Economía Social. El caso de las cooperativas de servicios públicos.

Oviedo Alejandro Daniel (2017) Economía social agraria y políticas públicas: producción y comercialización de alimentos en la provincia de Misiones, Argentina. Tesis para optar por el título de Doctor en Estudios Sociales Agrarios, Centro de Estudios Avanzados / Facultad de Ciencias Sociales - Facultad de Ciencias Agropecuarias, Universidad Nacional de Córdoba