

PROYECTO AGRICULTORES FAMILIARES, INNOVACIÓN Y MERCADOS
ATN/RF-16108-RG

Producto 2. Informe con 12 estudios de caso concluidos

Feria de los Huerteros de Tucumán, Argentina

Estudio de caso

Autores: Alejandro Daniel Ríos, María Laura Viteri

Coordinación Equipo Local: Daniela Bustos, Francisco Zelaya

Coordinación: Francisco Rodríguez

2020





Códigos JEL: Q16

FONTAGRO (Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria) es un programa de cooperación administrado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), pero con su propia membresía, estructura de gobernabilidad y activos. Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, FONTAGRO, de sus Directorios Ejecutivos ni de los países que representan.

El presente documento ha sido preparado por Alejandro Daniel Ríos y María Laura Vieteri.
Coordinación equipo Local: Daniela Bustos y Francisco Zelaya
Coordinación Francisco Rodríguez
Edición: Francisco Pascual

Copyright © 2020 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional. Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

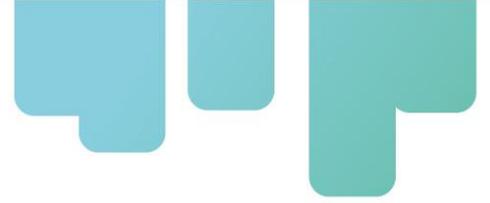
Esta publicación puede solicitarse a:

FONTAGRO

Correo electrónico: fontagro@fontagro.org

Web: www.fontagro.org





Resumen

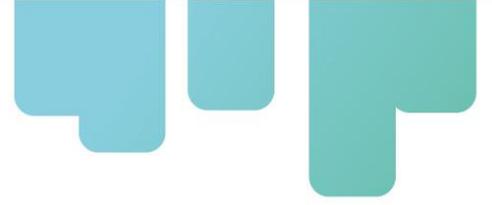
La Feria de los Huerteros de Tucumán es una construcción social entre los huerteros urbanos, técnicos y promotores del programa nacional Pro Huerta (PH) ejecutado por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) con apoyo financiero del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (MDS) y los consumidores. Los huerteros son familias que se encuentran bajo la línea de pobreza y que enfrentan problemas de acceso a una alimentación saludable. Por eso, el programa promueve la autoproducción de alimentos frescos principalmente para autoconsumo, y venta de excedentes. Este trabajo tiene como objetivo indagar en el proceso de innovación y creación de mercado a partir del desarrollo de la Feria de Huerteros desde su inauguración, octubre de 2007, hasta nuestros días. En esta feria juega un rol importante la Red Orgánica Solidaria de Tucumán (ROST). Esta red reúne una heterogeneidad de huerteras y huerteros, algunos con un mínimo excedente para vender en la feria; otras familias ofrecen hortalizas y productos de granja (huevos); y otras cuentan con más de una hectárea para la producción.

La metodología utilizada para indagar en este proceso innovador fue de tipo cualitativa: entrevistas a los huerteros en la feria y en sus hogares, observación participante en el armado de la feria y en las interacciones sociales entre mundos diversos (técnicos de INTA, promotores voluntarios, huerteros, consumidores, cooperativas, asociaciones civiles, empleados municipales, etc.). Se presentó el proyecto y el objetivo de estudiar de manera conjunta la innovación a todos los integrantes de la feria, con quienes se realizaron reuniones de grupos focales para indagar sobre la historia de la constitución de la feria, los acuerdos y normas alcanzadas, así como su relación con los consumidores.

La innovación de la feria es una compleja red de relaciones entre tecnología y sociedad, dada por el tipo de alimentos ofertados y su vinculación con una sociedad que valora la producción de hortalizas sin el uso de agroquímicos industrializados. De todas maneras, es necesario profundizar la interacción entre huerteros y consumidores. Muchos de los entrevistados aún buscan una variedad de ofertas como las existentes en las verdulerías convencionales, sin tomar en cuenta que la Feria es fruto de la producción local, con uso de semillas provenientes del programa PH. Este proceso de cambio no sólo requiere mayor conciencia por parte de los consumidores, sino también del mismo programa PH que debería incentivar la producción de semillas locales. Los y las clientes piden otro tipo de innovación como la entrega de hortalizas a domicilio. La promoción de la Feria a través del uso de tecnologías de información y comunicación (volantes, Facebook, what's up) permite el acercamiento de clientes que viven en otros barrios y valoran la calidad de los alimentos, así como la posibilidad de comprar de manera directa a los productores. La existencia de artesanías, plantas, plantines y productos elaborados son positivamente valoradas (pan casero, comidas regionales elaboradas, embutidos, quesos, dulces, etc.).

Palabras Clave:

Organización - Alimentos – Innovación - Mercado



Introducción

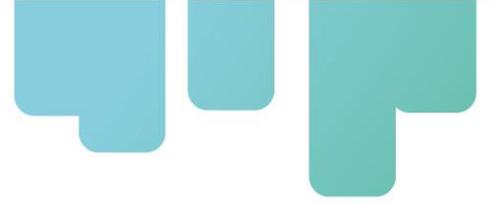
Los Términos de Referencia (TdR) de la presente consultoría establecen como objetivo principal del Proyecto “Caracterización y análisis de los procesos de innovación de la Agricultura Familiar para el agregado de valor, la diferenciación de sus productos y el acceso al mercado” el contribuir al fortalecimiento de estrategias innovadoras de producción y comercialización de alimentos que permitan retener para los productores familiares una mayor proporción del valor generado, mediante el conocimiento de las innovaciones tecnológicas, institucionales y organizacionales y el diseño de herramientas adecuadas a su sustentabilidad y multiplicación.

En la primera parte de este informe final se describe, brevemente, la historia de la creación de la Feria de Huerteros de Tucumán (octubre, 2007), para describir el contexto que dio lugar a la innovación organizacional y tecnológica de este espacio comercial y de interacción, gestado desde las organizaciones sociales y los técnicos de Programas de Intervención Estatal como el Pro Huerta (PH).

La segunda sección explica cómo se sistematizó la información de la feria (presentación del proyecto ante los diferentes actores sociales involucrados con la Feria e intercambio de conocimientos) y cómo se organizó la investigación (entrevistas semi estructuradas, grupos focales, observación).

La tercera parte presenta los resultados y reflexiones a partir del trabajo de investigación realizado en la feria y las entrevistas a los y las feriantes (viveristas, huerteros, productores de conservas y comidas), promotores técnicos, informantes calificados y clientes. Por un lado, se desarrolla la historia de conformación de la Feria, así como se relata un día en la feria, teniendo en cuenta su organización. Por otro lado, se trata de conocer cómo perciben la feria los principales actores involucrados feriantes, técnicos y consumidores o clientas.

La cuarta sección combina los datos obtenidos en el trabajo de campo con las nociones teóricas desarrolladas en el proyecto, buscando reflexionar sobre la innovación, la gobernanza y el mercado de la Feria de Huerteros, dialogando entre la práctica y la teoría. Por último, se concluye con los principales hallazgos de esta investigación que es la resiliencia de la Feria en el tiempo.



1. Descripción del Caso

1.1. Principales Antecedentes Organizacionales de la Feria

Pro Huerta (PH) es un Programa Nacional ejecutado por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) con apoyo financiero del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (MDS). El programa está dirigido a población en condiciones de pobreza que enfrenta problemas de acceso a una alimentación saludable, promoviendo una dieta más diversificada y equilibrada mediante la autoproducción, en pequeña escala, de alimentos frescos principalmente para autoconsumo. En síntesis, su piedra angular es la seguridad alimentaria para las familias con escaso acceso a alimentos saludables. Para ello, cuenta con la participación de técnicos de INTA, personas que ofrecen su tiempo voluntaria y solidariamente (promotores y promotoras) para repartir semillas y asesorar de manera sistemática en las acciones en terreno. El modelo técnico del PH se basa en la agricultura agroecológica, combinando los saberes locales con la experiencia de la ciencia académica. Además, promueve la valoración social en producir alimentos para consumo de toda la familia, así como incorporar una dieta más diversificada de alimentos frescos. El PH, de carácter nacional, se inserta en los heterogéneos espacios sociales del extenso territorio argentino, contando en cada uno de ellos con rasgos particulares que se definen por el accionar de los técnicos a cargo, voluntariado y “huerteros.”

En el caso particular de la provincia de Tucumán, donde el PH está activo desde 1997, muestra una alta interacción entre los técnicos y los productores, buscando instancias superadoras como la comercialización de los excedentes de las huertas. Las actividades conjuntas entre técnicos, familias con huertas organizadas de manera informal, permitieron afrontar la depresión económica de 2001/02. El contexto de pobreza de esos años, llevó a los técnicos, promotores y productores de PH, como a otros actores sociales a buscar alternativas innovadoras que fueron más allá de mejorar la canasta alimentaria familiar. Surge así la **Feria del Trueque de Productos Artesanales**. Esta feria reunía no sólo a los productores de hortalizas sino también a artesanos, hasta oferta de servicios domésticos como plomería, electricidad, etc. El trueque contaba con una moneda de cambio, ese papel estaba avalado por la Coordinadora de Organizaciones de Base, donde estaban también involucrados los técnicos de PH. Estas organizaciones formales e informales eran muy heterogéneas entre sí, algunas eran mutuales, asociaciones, agrupaciones. En 2001, esta Coordinadora da lugar a la **Red Orgánica de Tucumán (ROST)**. Esta red fue creada en base a una estrecha relación de trabajo con el equipo de técnicos de PH, y está conformada por doce organizaciones que abarcan gran parte del territorio provincial. Algunas de las organizaciones constitutivas de la ROST son:

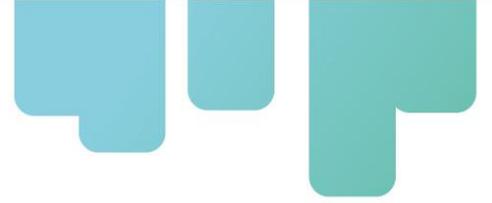
- Sociedad Vecinal de Socorros Mutuos Barrios del Sud, fundada en 1915 por trabajadores ferroviarios en la zona Sur de la Ciudad de San Miguel de Tucumán. Trabajan con alrededor de 600 familias en la ciudad.



- Centro Vecinal, Social, Cultural y Comunitario San Carlos, de Taruca Pampa, Departamento Burreyacu, fundado en 1992; ayuda a 120 familias a través de una red de 7 promotores comunitarios.
- Cooperativa 20 de junio Ltd., establecida legalmente en 1999. Lleva a cabo agricultura orgánica de pequeña escala con sus asociados en forma cooperativa, ayuda con donaciones de verduras a los comedores comunitarios y escolares de la zona y ayuda a otras familias con la autoproducción de semilla.
- Centro Comunitario El Colmenar, establecido en 1992 como un grupo juvenil, se dedica a la producción en huertas orgánicas urbanas, la crianza casera de gallinas y la conserva de alimentos.
- Junta Vecinal del Agua Potable y Desarrollo Humano Marapa, establecida desde el año 1994 en la localidad de Marapa, Dpto. Alberdi, trabaja conjuntamente con una red local de 7 promotores comunitarios con 150 familias y brinda el acceso al agua potable a su comunidad.
- Centro Vecinal San José Redondo, fundado en 1985 en San José, Dpto. Yerba Buena. Articula con el PH y una red de promotores de la zona trabajando en la provisión de semilla y en la capacitación de aproximadamente 350 familias.

La ROST también está conformada por grupos informalmente constituidos y por personas referentes de sus comunidades, todos trabajan en redes locales promoviendo la producción de alimentos para el autoconsumo en huertas familiares y comunitarias. Se incluyen entonces grupos de las localidades de Atahona, con 3 promotores y 96 familias; Ingenio Lules y Villa del Carmen, con 4 promotores y 120 familias; Colalao del Valle con 10 promotores y 540 familias; San Pablo con 6 promotores y 400 familias; y El Pacará, con 2 promotores y 50 familias. Se suman a la ROST instituciones, organizaciones, escuelas, clubes, mutuales, cooperativas, centros vecinales, municipios, comunas rurales, Centros de Atención Primaria de la Salud que están en vínculo permanente con el PH Tucumán como parte de su estrategia propia de ejecución y desarrollo en el terreno provincial, la red efectiva y potencial de vinculaciones es muy amplia.

El entramado de actores que dio lugar a la feria, en particular, los productores de alimentos, siguieron trabajando en conjunto en temas vinculados con la producción de hortalizas. La **Asociación de Técnicos de Programas y Proyectos Sociales (ATPPS)**, creada en 2000, hace parte de esa red. Se trata de técnicos relacionados con programas de intervención estatales, que buscan trabajar con los productores en temas contables, impositivos y provisionales, así como de producción. Otras iniciativas surgidas en la provincia de Tucumán son la **Fundación Calchaquí para el Desarrollo Regional (FUCADER)** y la **Red Orgánica de Tucumán (ROST)**. FUCADER, constituida en 1993, siempre apoyó a la ROST en formación; promoción; asesoría y diseño en gestión de micro emprendimientos productivos y de promoción del autoempleo y la economía social. La ROST, formalizada en agosto 2001, está conformada por doce organizaciones de productores de la provincia (Lobo, 2008).



La ROST busca rescatar, producir, intercambiar y compartir experiencias, conocimientos y recursos relacionados con la producción agroecológica en el marco de la seguridad alimentaria. La ROST, constantemente vinculada a los técnicos del PH y a la ATPPS, presenta un proyecto con el objetivo de promover la autoproducción de semilla. En 2002, el proyecto denominado “Las Semillas de la Vida” obtuvo financiamiento del Programa de Comunidades Sustentables de la Fundación Shell (Rovira, 2008, Golsberg y García, 2008). En ese período las actividades se concentraron en la mejora de la producción agroecológica, y la feria del trueque

La ROST, se consolida más en aspectos productivos, buscando la alternativa de producir hortalizas de manera más sustentable en relación al medio ambiente. Si bien la Red siguió focalizando en la venta de excedentes en la feria, en 2003 la Feria del Trueque fue suspendiendo sus actividades. Recién en 2007, se constituye la Feria de Huerteros, que es fruto de la planificación en la huerta para alcanzar excedentes. Esta feria se constituye con trabajo previo en la producción. Por ejemplo, se crea una planta de alimentos balanceados para gallinas ponedoras. La planta de alimentos balanceados surge como un trabajo en conjunto con los técnicos del PH, la ROST y la Mutual Barrios del Sur.

Otras iniciativas dentro de la red de actores que hoy constituye la Feria de Huerteros fueron las bancas sociales (Banco del Pueblo y Banca Solidaria); micro emprendimientos; y el Proyecto de Autoabastecimiento Comunitario (ABC). Estas acciones, promovidas por la Mutual Barrios del Sud (hoy parte de la ROST), diseñados y gestionados por la Asociación de Técnicos de Proyectos y Programas Sociales (ATPPS), se realizaron a través de aportes de cooperaciones internacionales.

Los primeros alimentos con agregado de valor que hacen parte de la feria son los panificados. En sus inicios los feriantes vendían el pan que cocinaban en sus casas. En un municipio de Tafí Viejo (Las Talitas), con apoyo de técnicos del Pro Huerta y con el Centro Comunitario (que actualmente es parte de la ROST), se crea una escuela de panadería. Por contar con amasadoras y hornos especiales, se incrementó el volumen de producción, abasteciendo a los comedores comunitarios del municipio y alrededores.

En síntesis, el surgimiento de la Feria de Huerteros es fruto de acciones comunes previas, entre las que se encuentran las situaciones de crisis económicas y sociales que llevan a los actores sociales a buscar alternativas grupales y creativas como la feria del trueque. La acción del programa PH, que promueve la comercialización de los excedentes de huertas familiares y comunitarias, fue de suma importancia en lograr una oferta de alimentos de calidad.



1.2. Pro Huerta Tucumán y las Alternativas de Comercialización de los Excedentes

El trabajo conjunto entre técnicos y huerteros que pertenecen a diferentes agrupaciones reunidas en la Red Orgánica Solidaria Tucumán (ROST), FUCADER, Mutual Barrios del Sur, ATPPS, etc. permitió indagar sobre las diferentes alternativas de venta que los huerteros utilizaban para vender sus excedentes: puerta a puerta, desde sus huertas, en verdulerías, y/o ferias francas. El proyecto de Feria, además de demandar la promoción y planificación de la producción de alimentos bajo criterios agroecológicos, necesitaba contar con un espacio físico lo suficientemente amplio para contener cerca de 50 feriantes. Se proyectó de manera conjunta la búsqueda de un salón de exposición para la venta de productos. La infraestructura relacionada con los stands para feriantes, equipamiento comercial (balanzas, insumos y herramientas para envasado etc.), depósito y cámara de refrigeración, se adquirieron a partir de la presentación de proyectos financiados por Ministerio de Desarrollo Social de la Nación a través de la Dirección de Comercialización y PH que además sostenía los gastos operativos (logística, traslado, vehículos, combustible) y el asesoramiento de los técnicos. Desde el PH también se promovió la formalización progresiva de los feriantes en el Registro de Efectores Sociales. El Ministerio de Desarrollo entiende por efectores sociales a aquellas personas que realizan una única actividad productiva y no se encuentran insertas en la economía formal por estar en una situación de vulnerabilidad social.

La instalación de la Feria en el Club Tucumán Central, es promovida por los mismos socios que ceden el predio como contraparte ya que son parte de la Red Orgánica Solidaria de Tucumán (ROST). La Feria inició el 13 de octubre de 2007 en el Club que está ubicado en un barrio periférico de la ciudad capital de la provincia. Históricamente este barrio formó parte de los cañaverales y tambos, para luego en los procesos de industrialización y urbanización, diera asiento a habitantes de clase media y sectores populares de ingresos medios a bajos.

En el tinglado del Club, que oficia de cancha de básquet durante los días de la semana, se monta la feria un sábado de cada mes entre las 9.30 y 13 h. Se busca que sea el segundo sábado de mes para que la mayor parte de los ciudadanos cuenten con dinero para las compras. Los 30 módulos de stands, compartidos por los feriantes, están divididos de acuerdo al tipo de productos para evitar contaminaciones cruzadas: 1) frutas, verduras y huevos caseros; 2) plantas y plantines; 3) productos procesados (panificados, quesos, dulces, almibarados, encurtidos provenientes de empresas familiares o cooperativas; 4) artesanías. El siguiente mapa muestra los diferentes espacios en los que se organiza la feria. Más allá de los puestos de venta, hay espacios para registrar el ingreso de las personas a las ferias (a las que se les entrega un número). Este número les sirve para los sorteos que se organizan en el día, y así, los organizadores pueden saber cuántas personas visitaron la feria ese sábado.



Fuente: <http://maps.google.es>

Referencias

1	Puerta de acceso
2	Área de acreditación: Sector 1 revisión de listado de productos; Sector 2 Pesaje y separación por tipo de productos; Sector 3: Entrega de kits para Feriantes.
3	Área de acondicionamiento.
4	Sala de reuniones.
5	Área de stands institucionales y servicios.
6	Área de productos de agroindustria.
7	Área de artesanías.
8	La Huerta Mágica.
9	Primeros Auxilios.
10	Área de hortalizas.
11	Área de servicios (bar, comedor)
12	Biblioteca.
13	Área para degustaciones.
14	Área plantas, plantines, ornamentales.

Mapa 1. Organización Espacial de la Feria (Fuente: PH Tucumán, 2009)

Las zonas de la feria están identificadas con posters de diferentes colores que indican qué se vende o qué actividad se desarrolla, como el área de acreditación donde se entregan cofia, el delantal, serruchos para los zapallos, etc. a los feriantes. La Huerta Mágica es el espacio destinado al cuidado de los pequeños que asisten con sus mamás o papás feriantes o clientas de la feria. Además, existe un espacio de encuentro que es utilizado al terminar la feria. Las siguientes fotos y folletos de promoción de la feria muestran la articulación que genera esta actividad entre diferentes actores sociales.

24 de septiembre: Día de la Batalla de Tucumán

119 FERIA de los HUERTEROS

Sábado 8 de septiembre de 2018
de 9.30 a 13.00

Club Tucumán Central (La Plata esq. La Rioja)
San Miguel de Tucumán

- Productos Agroecológicos de Huertas y Granjas de Toda la Provincia.
- Plantas y plantines agroecológicos.
- Artesanías.
- Comidas Libres de Gluten
- Miel y mermeladas

Alimentos Sanos del Productor al consumidor

TRAJE tu bolsa de compras

Síguenos en:
Red Organica Solidaria Tucuman
@ROST_TUCUMAN

RADIO ROST
Radio Comunitaria FM 106.9 - Famaillá



Foto 1. Promoción y FERIA de Huerteros (Pro Huerta, INTA, 2018)

El folleto de promoción indica las actividades que se dan tanto dentro como fuera de la FERIA, la ROST promociona su página de Facebook, así como su radio (FM 106.9 que funciona desde INTA Famaillá), que los días de la feria transmite en directo. Como se explicará, cada sector de la feria está identificado con carteles, cada uno con su color. Las fotos muestran tanto la infraestructura de los puestos de los feriantes, como la cantidad de gente que visita la feria en los horarios de mayor afluencia.

La figura 1 muestra la estructura organizativa propuesta para el desarrollo del proyecto: Consejo Asesor, Organización Administrativa, Equipo Gerencial y Técnico.

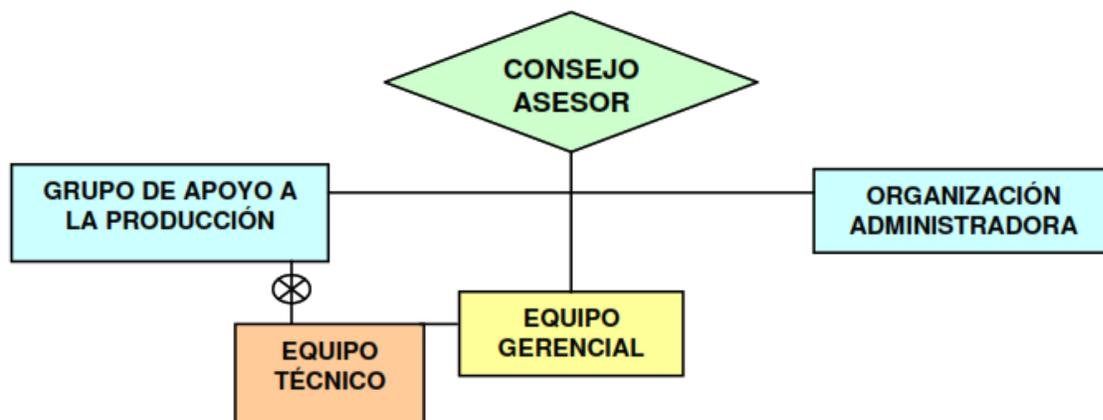
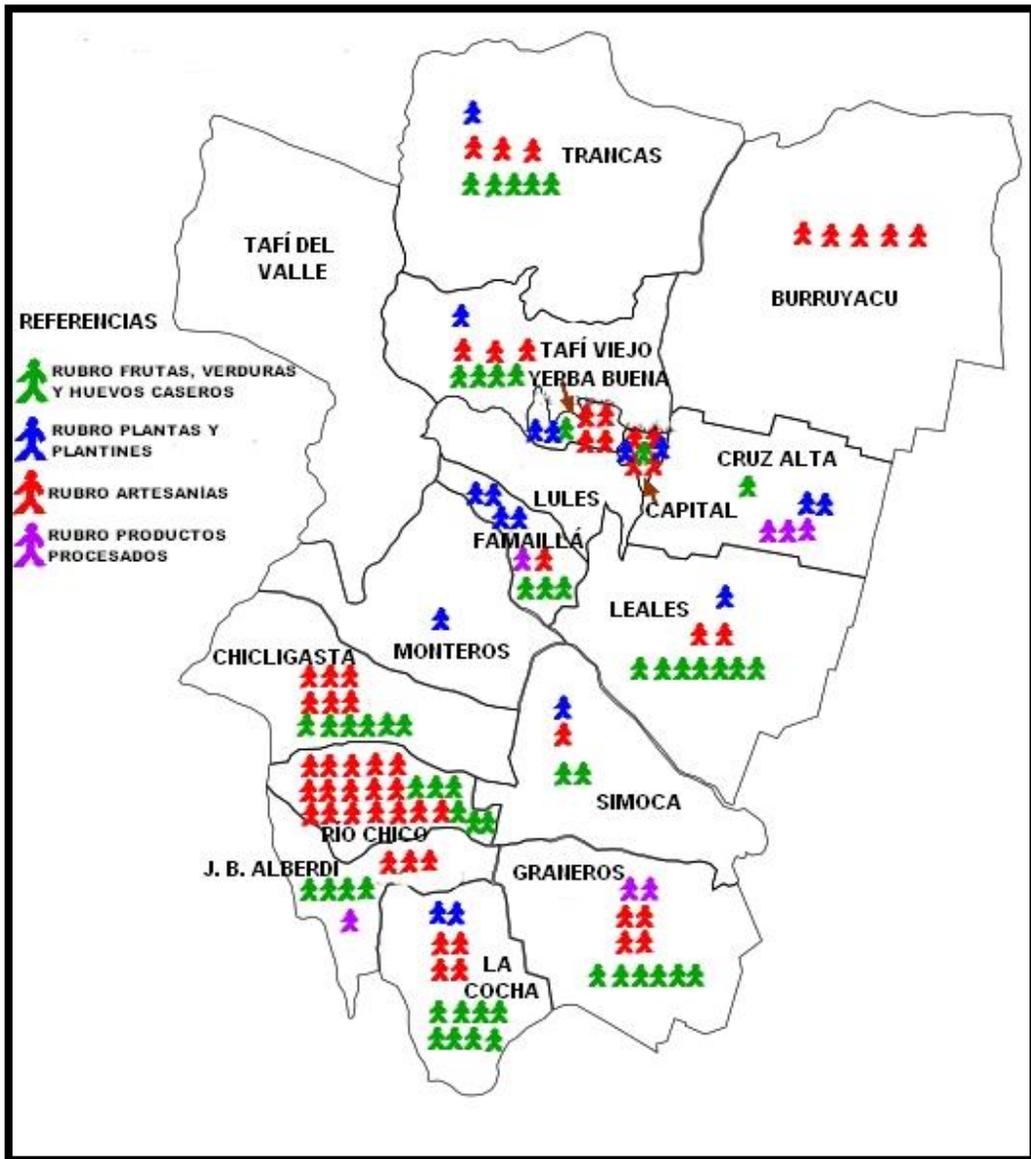


Figura 1. Esquema organizacional (PH Tucumán, 2009)

El **Consejo Asesor** es el órgano que reúne a todas las organizaciones que dieron lugar a la feria, donde hay representantes de la ROST, del Programa PH y de la Fundación Calchaquí para el Desarrollo Regional (FUCADER). Su principal rol es aprobar los protocolos, reglamentos y manuales de procedimiento; designar los árbitros de la feria; proponer mecanismos de aceptación y rechazo de productores; certificar de los procesos de producción; firmar acuerdos o convenios con instituciones del medio y; relacionarse con los gobiernos locales.

La **Organización Administradora** está a cargo de la Sociedad Vecinal de Socorros Mutuos Barrios del Sud. Busca coordinar y adecuar el equipamiento de la feria como seleccionar al equipo gerencial, con el asesoramiento de la ROST. El **Equipo Gerencial** cuenta con un gerente y un auxiliar administrativo. Se trata de llevar al día las disposiciones contables vigentes; mantener un archivo actualizado con la documentación de las acciones realizadas en la feria, buscar nuevas financiaciones o potenciales integrantes de la feria. El **Equipo Técnico y Grupo de Apoyo a la Producción** está a cargo de un técnico extensionista en comercialización y los técnicos de terreno del Programa PH. Este equipo está tanto en aspectos de comercialización como en la planificación de la producción en las huertas y gallineros.

Si bien la Feria se desarrolla en la ciudad de San Miguel de Tucumán, los feriantes vienen de diferentes parajes de la provincia. El siguiente mapa diferencia entre las especialidades de los productores: frutas y hortalizas (verde), plantas y plantines (azul), artesanías (rojo) y agroindustria (violeta).



Mapa 2. Procedencia territorial de los Huerteros/Feriantes (Golsberg y García, 2008)

De la ciudad capital, ubicada en el centro de la provincia, se concentra la mayor variedad de feriantes con ofertas de artesanías y plantas y plantines, y en menor medida, hortalizas. Desde Río Chico, Chidigasta y Burruchaco, llegan muchos a feriar plantas y plantines. Pocos se especializan en panificados, llegando desde Cruz Alta. Alberdi, Famailá, y Simoca. Los horticultores vienen desde Trancas, Graneros, Leales, La Cocha, Alberdi, Famailá, Tafi Viejo y Chidigasta.



Las reuniones, que se realizan al finalizar la feria, han permitido un intercambio de saberes entre todos los productores, promotores, y técnicos de diferentes partes de la provincia. Además, durante el transcurso de la feria, los consumidores también demandan por nuevos productos y conocimiento. En otras palabras, la feria va más allá de ser un simple espacio de comercialización, transformándose en un lugar donde el intercambio de saberes y de estrechamiento de lazos sociales fortalece la búsqueda de una producción de alimentos más sanos y con respeto a la madre naturaleza.

La feria fue creciendo de manera conjunta con Proyecto de Promoción de Alternativas de Comercialización de Excedentes de las Huertas Familiares y Comunitarias del PH Tucumán. En mayo de 2008, la organización de la feria rearmó su reglamento con 14 capítulos, relacionados con las siguientes temáticas: 1) De la organización; 2) Del ingreso a la feria; 3) De los productos y servicios; 4) De las reuniones; 5) Del acopio; 6) De los Registros; 7) De la convivencia; 8) Del armado de stands; 9) De la ubicación de los Feriantes; 10) De la difusión; 11) De la limpieza, uniformes y bolsas; 12) De los precios; 13) De las sanciones; 14) De los productos no alimenticios con valor agregado.

Dentro de las actividades propuestas en esta segunda etapa, se buscó conocer el perfil de los clientes de la feria, así como sus demandas. Para ello, se contó con la colaboración de técnicos pertenecientes al Instituto de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Pequeña Agricultura Familiar (IPAF) de la región del Noroeste que llevaron a cabo la encuesta en la misma feria y analizaron los datos. Los consumidores de la feria pedían mayor variedad en alimentos elaborados dentro de la referencia agroindustrial.

Para ampliar dicha oferta, los técnicos del PH buscaron dentro de los participantes del programa, grupos o familias de huerteros que estuviesen interesados e interesadas en el desarrollo de productos elaborados. Además, este nuevo desafío requería mantener los estándares mínimos de calidad. En base a normativas preexistentes del Código Alimentario Argentino, los técnicos y huerteros construyeron un protocolo para confituras, almibarados, mermeladas y dulces. Con un seguimiento técnico constante, se visitaron los hogares o centros de elaboración de estas confituras, acercando conocimiento y sugerencias para producir alimentos bajo las normas de calidad del SENASA, dentro de las limitantes de una producción hogareña. Posteriormente se agregaron protocolos de otros alimentos como dulce de leche y quesos de cabra y arropes de tuna. Todos estos procesos de agregado de valor en la oferta de productos alimentarios de la feria, fue acompañado de un **Manual de Gestión de Calidad Feria de los Huerteros de Tucumán** (Anexo Nº 6).

Desde la feria se llevó a cabo una experiencia de almacén solidario. El objetivo fue disminuir costos comprando los insumos de los alimentos más elaborados de manera conjunta y conformar una red de provisión entre Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs). Por ejemplo, se compró almibarados y conservas en general a la cooperativa de San Juan FecoAgro, azúcar a cooperativas



agrícolas. Esta experiencia, sostenida por la Fundación ArgenINTA, tuvo una duración aproximada de medio año. La falta de capital y apoyo político finalizaron con el Almacén Solidario en 2016.



2. Herramientas Metodológicas

La metodología utilizada en esta investigación es del tipo cualitativa. Además del diálogo entre feriantes, huerteros, promotores, y técnicos para conocer el origen de la feria, se realizaron otros pasos metodológicos que a fines de la exposición se explican en cinco fases. Estas fases no se realizaron de manera lineal, sino que cada una de estas etapas metodológicas de revisión de información secundaria, entrevistas a todos los actores involucrados en este estudio de caso sobre innovación y agregado de valor, observación en huertas y en la misma feria se sucedieron de manera interactiva.

Fase 1: Recolección de Información Secundaria: Identificación y captura de información secundaria para posterior trabajo de síntesis de antecedentes y elaboración del marco conceptual, organizacional e institucional de la experiencia bajo estudio (Feria de los Huerteros). El producto de esta actividad se resume en el Cuadro N° 1 del presente informe.

Fase 2: Interacción con los Actores Protagonistas del Estudio de Caso: Desarrollo de encuentros para la presentación, análisis y validación de la propuesta de investigación con participantes de la experiencia en diferentes niveles (feriantes/huerteros, promotores, técnicos, referentes institucionales, consumidores), como se muestra en las fotos 1, 2 y 3. El intercambio entre responsables institucionales del proyecto, técnicos del Programa Pro Huerta (PH) Tucumán, profesores de la Universidad Nacional de Tucumán (UNT) y referentes de organizaciones sociales de la Feria de Huerteros de San Miguel de Tucumán se realizó entre agosto y septiembre de 2018. En estas reuniones se presentaron los objetivos, componentes y lineamientos generales del proyecto y se intercambiaron ideas sobre las intervenciones a realizar en la feria para alcanzar el objetivo del proyecto FONTAGRO.



Foto 2: Reunión en la EEA INTA Famaillá, agosto 2018



Foto 3: Reunión en la Facultad de Agronomía y Zootecnia de la UNT, septiembre 2018

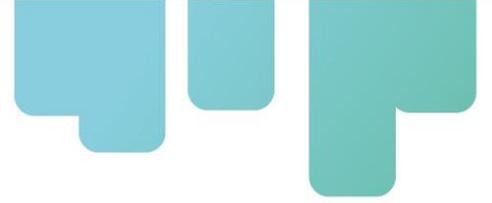


Foto 4. Reunión en la Facultad de Agronomía y Zootecnia de la UNT, septiembre 2018

En encuentros subsiguientes, el Consultor realizó una presentación del propósito del programa, los objetivos específicos del proyecto, las dimensiones y componentes que estructuran la propuesta y los lineamientos metodológicos diseñados con base en los TdR.

Fase 3: Elaboración de Entrevistas: Una vez conocida la historia de la feria, y sus procesos de innovación tanto en lo organizacional como en la manera de agregar valor a los alimentos ofertados, se elaboraron modelos de entrevistas semi-estructuradas para los actores clave como feriantes, huerteros, técnicos y consumidores que asisten a la feria un sábado cada mes. Entre octubre y noviembre de 2018, se realizaron entrevistas piloto, y se ajustaron de acuerdo a respuestas brindadas (fotos).



Foto 5. Entrevistas Piloto a Feriantes de la Feria de San Miguel de Tucumán (2018)

Durante la realización de estas primeras entrevistas se tomaron registros audiovisuales (fotos y grabación de voz). Para la selección de los casos a estudiar en profundidad se utilizó la técnica de construcción de una muestra según propósitos (Patton, 2002) o selección basada en criterios (Le Compte y Preissle, 1993). Las técnicas de entrevistas fueron complementadas con observación participante en las ediciones de feria entre fines de 2018 y 2019, donde también se realizaron videos mínimos, técnica aprendida durante el desarrollo de este Proyecto financiado por FONTAGRO. Estar en la feria y observar el movimiento de gente, el intercambio entre compradores y vendedores, así como la articulación con los técnicos de PH y los huerteros de la ROST, permitió analizar la red construida desde 2001 y que se fue consolidando a partir de la Feria de los Huerteros (2008).

Como estrategia general para la realización del resto de entrevistas, el equipo técnico, responsable del estudio de caso en la provincia de Tucumán, identificó preliminarmente quiénes podrían ser entrevistados con base en la construcción de una muestra según propósitos o muestra intencionada. Operacionalmente, una técnica del Pro Huerta Tucumán se comunicaba previamente con el/la feriante comentándole que un Consultor (nombre y apellido) se pondría en contacto para concertar un encuentro para la realización de una entrevista en día, lugar y hora que el/la feriante determinase. Mecanismo similar de concertación de encuentros se utilizó para el caso de técnicos/as del Pro Huerta Tucumán e informantes calificados. Las entrevistas a consumidores/clientes se realizaron en el contexto de la misma Feria.



Los encuentros con los huerteros fueron desarrollados en los hogares de los huerteros y viveristas que venden en la Feria. Entre mate y mate, el consultor pudo conocer las representaciones sobre la feria que tienen sus protagonistas (los feriantes), así como sus intercambios con los técnicos y otros compañeros de la feria y los consumidores. Esta prueba piloto fue supervisada por el equipo de coordinación del Proyecto ATN/RF-16108-RG. Se realizaron sugerencias, y se cambiaron los modelos de entrevistas en función de conocer con mayor profundidad las dimensiones consensuadas en el proyecto (innovación, gobernanza y mercado). Los modelos de entrevistas se pueden consultar en los Anexos (1, 2, 3, y 4).

Cada entrevista comenzó con una presentación personal del consultor y la explicitación detallada de los objetivos del encuentro y de la confidencialidad que se mantendría en relación con la identidad de la persona entrevistada, ya que las entrevistas fueron registradas mediante grabador digital. Se realizaron 24 entrevistas las que se distribuyeron de la siguiente manera: feriantes (6), técnicos y técnicas de PH (8), informantes calificados (2), consumidores y consumidoras que visitan la feria (8).

Otras técnicas cualitativas utilizadas fueron las reuniones de grupos focales mantenidas en el mes de octubre de 2019. Se realizó una para feriantes y otra para técnicos e informantes calificados.



Foto 6. Grupos Focales de Feriantes y de Técnicos realizados en 2018

Ambos encuentros tuvieron como objetivos ampliar, profundizar y/o validar información ya recabada a través de entrevistas y observación en la feria y en las casas donde se contactó a varios



de los entrevistados.

Fase 4: Trabajo en gabinete. El trabajo de campo generó datos que fueron analizados en un proceso interactivo y cíclico entre las nociones teóricas propuestas por el proyecto (innovación, mercado y gobernanza) en su Documento Metodológico (ATN/RF-16108-RG) y la realidad reflejada en las interacciones con los protagonistas de la Feria (técnicos, consumidores, integrantes de la ROST, etc.). El método de análisis de contenido (Sánchez, 1993) ofreció la posibilidad de investigar sobre la naturaleza del discurso de los entrevistados tanto lingüístico como gestual

Para la fase de reducción de datos y codificación de las entrevistas se utilizó un programa computacional en su versión de edición libre limitada llamado HyperResearch. Este software conforma el repertorio de herramientas informáticas denominadas CAQDAS (acrónimo de Computer-Aided Qualitative Data Analysis) que en español podría traducirse como Software de Análisis Cualitativo de Datos Asistido por Computadora (Casanova Correa y Pavón Rabasco, 2002). Este recurso permite almacenar y acceder a la información de forma casi inmediata, siendo particularmente útil en estudios longitudinales, ya que se puede contar con una cantidad de información elevada y perfectamente comparable a lo largo del tiempo. Toda la información recopilada (documentos primarios, citas, descripciones de códigos, anotaciones) está almacenada en el programa y se puede acceder a la misma en forma inmediata (González y Castro, 2005).

Además, se trabajó en constante colaboración e intercambio con los consultores de las otras experiencias analizadas en el territorio argentino. Se realizaron algunas reuniones vía Skype para consensuar detalles metodológicos en relación a cada estudio de caso. Otras video conferencias fueron exclusivamente para tratar el caso de la Feria de Huerteros. Como actividad transversal al desarrollo del presente estudio, se realizaron encuentros regulares con el equipo de coordinación local en donde se fueron intercambiando novedades y comentando las particularidades que eventualmente fueron apareciendo durante la realización de las diferentes actividades y se participó en reuniones preparatorias que organiza y desarrolla el equipo de gestión de la Feria de Huerteros como paso previo a cada evento.

Fase 5. Validación de Resultados con los Actores Relevantes de la Feria: Si bien se desarrollaron algunos encuentros informales, es necesario concluir el estudio con una reunión más amplia entre todos los actores involucrados con el objetivo no sólo de presentar los resultados de la investigación, sino para ahondar en las potencialidades de la feria en el futuro inmediato, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades encontradas en este estudio.



3. Resultados

Tomando en cuenta la información recabada por los trabajos publicados por el equipo de PH, y otros investigadores de la Universidad Nacional de Tucumán (anexo 5) y el trabajo realizado en el territorio, se detalla la vida social de la Feria de los huerteros en diferentes instancias. En la primera parte se detallan los principales sucesos que dieron lugar a la Feria. La segunda sección es un ensayo etnográfico a partir de vivenciar un día en la feria y así acercar al lector a la vivencia cotidiana y el ambiente que se crea en la feria entre técnicos, feriantes y clientes.

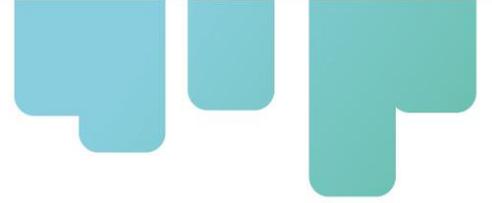
3.1. Línea del tiempo

Teniendo en cuenta los testimonios recogidos en las diferentes instancias de trabajo en terreno, se construyó una línea del tiempo asociada a los orígenes de la Feria que se vinculan con los inicios del Programa Pro Huerta, financiado por el Ministerio de Desarrollo y ejecutado por técnicos del INTA en la provincia de Tucumán. Esta línea de tiempo fue detallada en el punto 1.1 de este mismo informe.

AÑO	SUCESO
1992	Se inicia el Pro Huerta (PH) en la provincia de Tucumán
1994	Encuentro Nacional de Técnicos del PH
1997	Constitución de la Coordinadora de Organizaciones de Base, que posteriormente dio lugar a la ROST
1999	Ferias del Trueque
2000	Proceso de agudización de la crisis generalizada a nivel nacional
2001	Se crea la Red Orgánica y Solidaria Tucumán (ROST)
2002	Proyecto Semillas de la Vida
2004	Gestión Conjunta con emprendedores de Ferias de Economías Sociales
2005	Programa Nacional de Apoyo a los Territorios (PNDT) del INTA que apoyó e incentivó la organización social, la seguridad alimentaria, la inclusión social, y el desarrollo de los territorios con equidad
2006	PH Tucumán realiza relevamiento para identificar a huerteros y pequeños productores que en diversas formas estuvieran comercializando o que hubieran tenido alguna experiencia en el campo de la comercialización
2007	Formulación e inicio del Proyecto Promoción de alternativas de comercialización de los excedentes de huertas familiares y comunitarias del PH Tucumán. Nace la Feria de Huerteros



2008	Formulación de la segunda fase del Proyecto Promoción de alternativas de comercialización de excedentes de las huertas familiares y comunitarias del Pro Huerta Tucumán incorporando un conjunto de modificaciones, innovaciones y avances generados en la primera etapa
2008	Certificación de competencias laborales a Promotores y Huerteros con excedentes
2009	Proyecto Semillas, Saberes y Sabores (Programa Pequeñas Donaciones) – Da inicio al espacio de Degustación de la Feria– y a la publicación del recetario de la Feria
2009	Seminarios-Talleres de rescate y revalorización del maíz: sus usos y cultivos para la Seguridad Alimentaria - continúan con batata y plantas silvestres - se realizan degustaciones en la Feria
2009	Primera Feria de los Huerteros en Simoca 26/09/2009
2010	Se formaliza como espacio diferenciado del patio de comidas el área de degustación se denomina “Saberes y Sabores Tucumanos” y luego Educación alimentaria y nutricional
2010	Reglamento del Sector Servicios -Feria de los Huerteros (vigencia a partir del 01 de Julio de 2010)
2011	Participación en el Encuentro Nacional de Ferias y Mercados Solidarios en Misiones. Encuentro de Semillas en Catamarca. Encuentro Nacional de PROFEDER en Bs. As en donde se presenta la experiencia de la Feria.
2012	Se crea la Radio ROST
2012	Invitación desde la Dirección de Economía Social de la Provincia para participar en la Feria de la Economía Social – Feria de la Independencia – Invitación para formar parte de la Mesa de Economía Social de la Provincia
2013	La Feria de Huerteros colabora en la organización y logística de espacios de comercialización en la provincia. Surgen así los siguientes eventos: Feria de Agro Alimentos, Artesanías y Foros para el Desarrollo Turístico del Valle de Chororomoro-San Pedro – Trancas; Feria de Huerteros de Famaila en el marco de los festejos de la semana de mayo; II Encuentro Nacional de Ferias Francas y Mercados Solidarios, Corrientes;



	II Feria de La Independencia, Parque Avellaneda en articulación con la Mesa de Economía Social de la Provincia y el municipio de SMT; IV Feria de la Economía Social en articulación con el MDS y las organizaciones de la ROST
2013	"Encuentro regional NOA, Nuestros Alimentos Tradicionales. Seguridad Alimentaria, Identidad y Diversidad Cultural en Argentina" (primera experiencia de empresa social de catering)
2014	"Taller de fortalecimiento de participantes de la Feria de Huerteros de Tucumán" 16 de abril
2014	Cambio de imagen de la Feria - incorporación de los nuevos stands (sector hortalizas y frutas)
2014	Curso de Primeros Auxilios para participantes de la Feria de Huerteros de Tucumán
2015	Manual de Gestión de la Calidad de la Feria de los Huerteros de Tucumán (versión 1.1 -2015)
2015	Curso de Gestión de la Calidad de la Feria de Huerteros de Tucumán – Módulo Higiene y Seguridad – Primeros Auxilios, 24/11 y 17/12/2015
2015	Importantes cambios en la estructura funcional del PH a nivel provincial y regional afectan un conjunto importante de actividades en curso
2017	Proyecto Especial Fortalecimiento de espacios de comercialización- Feria de los Huerteros - para la adquisición de stands de feria y equipamientos (sector viveristas)
2018	Desaparece el componente "Comercialización" del Programa Pro Huerta – reorganización interna de la Feria

El repaso por los diferentes sucesos que dieron lugar a la Feria de Huerteros de Tucumán muestra la importancia de las organizaciones de base a la hora de continuar con experiencias superadoras a las mismas intervenciones del estado. La fortaleza de la ROST se observa por su variedad y heterogeneidad de integrantes, que van desde asociaciones de productores agroecológicos hasta el Club Social que presta, como contraparte, su espacio vital como la cancha de básquet un sábado de cada mes.

3.2. Un día en la Feria

La Feria de los Huerteros de Tucumán se desarrolla el segundo sábado de cada mes ininterrumpidamente desde el día 13 de octubre de 2007, llevando al momento de presentación del presente informe 131 ediciones. El escenario donde se emplaza la Feria es el Club Central de San Miguel de Tucumán, ubicado en el barrio Villa Alem. Como se señalara, este barrio está inserto en la periferia de la ciudad capital, donde habitan familias de clase media y media-bajo. Esto le imprime a la feria una fortaleza extra que es llegar a consumidores con escasa capacidad para comprar alimentos de calidad en cuanto a nutrientes y sin altos contenidos de agroquímicos.

El 12 de octubre de 2019, el que suscribe este informe fue antes de las 7 h. al club y esperó, bajo el tinglado de la cancha de básquet, la llegada de los primeros feriantes. Ellos mismos arman los stands que siempre quedan dentro de las instalaciones del club. Las siguientes fotos muestran el momento de armado de puestos, así como su organización de acuerdo al tipo de productos a ofertar: Frutas, verduras y huevos caseros; Plantas y plantines; Artesanías; Agroindustria o productos procesados (panificados, mermeladas, dulces, tortas).



Día del Respeto de la Diversidad Cultural
- 12 de octubre -



131

Feria de los
HUERTEROS

Sábado 12 de octubre de 2019

de 9.30 a 13.00

Club Tucumán Central (La Plata esq. La Rioja)

San Miguel de Tucumán

- Productos Agroecológicos de Huertas y Granjas de Toda la Provincia.
- Plantas y plantines.
- Artesanías.
- Comidas Libres de Gluten
- Agroindustria artesanal

Red Organica Solidaria Tucuman

@ROST_TUCUMAN

iTe Esperamos!

RADIO ROST

Radio Comunitaria FM 106.9 - Famailá



Foto 7. Armado de los stands de la Feria de Huerteros y Folleto Promoción (12/10/2019)

Como la feria se desarrolla una vez por mes, se trata siempre de festejar o recordar algún evento histórico. En este caso se conmemoró el Día de la Diversidad Cultural que fue usurpada con el



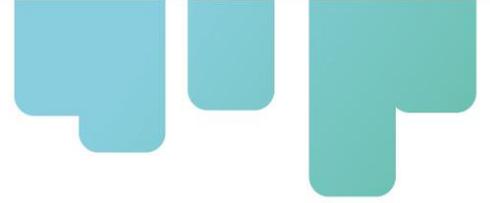
nacimiento de la Era Moderna y el descubrimiento de América. Mientras se van rearmando los puestos, se ven llegar a los huerteros de Famaillá, Simoca, Juan Bautista Alberdi, Concepción, Lamadrid, Talamuyo, Tafí Viejo, Las Talitas, Pacará, San Pablo, Cruz Alta, Aguilares, y barrios de San Miguel de Tucumán. Todos traen sus hortalizas frescas y aromáticas, las dejan en un costado y ayudan a armar los stands. Los productores que viven más cerca vienen en colectivos urbanos, en remises o taxis rurales, mientras que el resto comparte traffics o transportes públicos.

Desde las 8:30 h. está dispuesto un circuito de acreditación y control por el que deben transitar cada uno de los puesteros. En el sector de ingreso se verifica que los huerteros estén en un listado confeccionado previamente con la información que aporta el técnico de la zona. Cada feriante ingresa con una planilla donde registró la información de la producción que ha llevado, la cual debe coincidir con la información que aportó el técnico previamente y que está disponible en la mesa de acreditación. Además, el árbitro y/o los técnicos del Pro Huerta que se encuentran en el sector de acreditaciones, le preguntan al feriante si conoce el reglamento de la Feria y finalmente se verifica que sus productos estén correctamente acondicionados (en el caso de las frutas, verduras, huevos, plantas y plantines).



Foto 8. Planilla de Ingreso y Acreditación en la Feria (12 octubre 2019)

La planilla de ingreso permite conocer, al final de la feria, el volumen vendido de cada hortaliza ofertada. Para los casos de frutas y verduras, existe un área para su acondicionamiento (lavado,



traspaso a cajones estándar para todos, etc.), que, si bien muchos los han preparado en sus casas, los que vienen desde más lejos requieren repararlos para mejorar la calidad de la presentación. Además, los técnicos de apoyo del PH y Feriantes del equipo de gestión, entregan materiales y herramientas de trabajo (cofia, delantales, serruchos zapalleros, etc. que son devueltos al finalizar la jornada) y se les da la ubicación en un stand. Hay feriantes con asistencia regular que por propia dinámica se ubican en los lugares que habitualmente ocupan. No se observan conflictos por el lugar asignado para la venta. Para esta feria se registran 10 stands para venta de verduras, 8 de viveristas, 8 de comidas regionales, 6 de artesanías, 4 con productos de agroindustria. Se suman puestos de acreditaciones y arbitraje; el kiosco saludable, y el stand institucional del Programa PH. Las siguientes fotos muestran como lucieron los puestos de hortalizas el día de la feria del 12 de octubre.



Foto 9. Puestos de Hortalizas feria de Huerteros (octubre 2019)

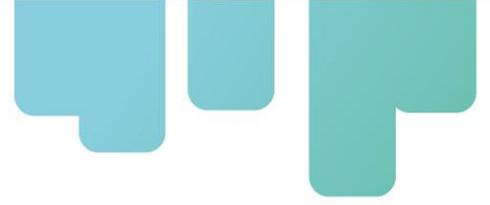
Los puestos identifican la zona de procedencia de los productos ofertados. Antes de dar inicio a la Feria, se realiza la “reunión de precios”, de la cual participan huerteros y técnicos de INTA. En esta instancia los técnicos presentan algunos precios de referencia vigentes en algunos mercados, lo cual se analiza y se consensuan los precios que van a regir ese día en la Feria.



Foto 10. Concertación de Precios para la Feria del 12 de octubre 2019

La reunión de precios se hace en un ambiente distendido, respetando la opinión de los técnicos que a su vez preguntan a los huerteros si les parecen correctos esos precios. Para ellos, la venta directa no sólo les representa un ingreso extra, sino que es una oportunidad para relacionarse con otros productores y clientes, generando lazos de confianza y conocimientos nuevos. Una vez armados los puestos y confirmados los precios finales, se reúnen todos a desayunar en un espacio especial de la feria. A las 10.30 h se abren las puertas al público, sonando una campana. Esta función es responsabilidad del “arbitro”, que es una figura creada para hacer cumplir durante el desarrollo de la Feria el reglamento de la misma.

Durante las tres horas de feria se registra alta circulación de gente e intercambios no sólo de alimentos y dineros, sino de sonrisas, saludos entre clientes y feriantes que se conocen ya desde hace mucho tiempo. Cerca de las 12.30 h. los feriantes, particularmente los que venden productos perecederos, comienzan a realizar ofertas con el fin de volver a casa sin hortalizas remanentes. En muchos casos, son los mismos artesanos o viveristas los que intercambian productos con los huerteros, prevaleciendo de alguna manera el origen de la feria a través del trueque solidario. Los feriantes entregan las planillas completas con el detalle de la venta a los responsables de la feria, es decir, a la Organización Administradora de la Feria (ver figura 1)



3.3. La Feria de los Huerteros desde la Mirada de los Protagonistas

3.3.1. Los Feriantes de la Red Orgánica Solidaria de Tucumán (ROST)

El grupo de feriantes huerteros es heterogéneo, se trata de un abanico de actores que se podría tipificar en tres grandes grupos: i. Huerteras y huerteros de autoconsumo y mínimo excedente; ii. Familias que combinan huerta con granja; iii. Huertas con más de una hectárea. Los primeros, cuyos excedentes son mínimos, viven en centros urbanos y/o cordones periféricos. Cuando concurren a la Feria lo hacen con escasa variedad y muy poca cantidad. Los que combinan huerta y granja cuentan con más superficie, y además de porcinos, maíz, zapallo, algunos de los integrantes de la familia trabajan en el tabaco y la caña de azúcar. Estos venden sus productos en diferentes ferias, en sus propias huertas y en el canal mayorista. Para el tercero de los grupos, la huerta es su principal sostén para la alimentación familiar y su ingreso por la venta de excedentes, ya que cuentan con más de una hectárea trabajada con hortalizas.

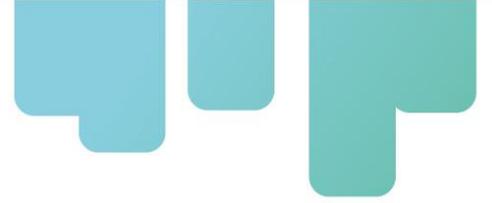
Los feriantes huerteros cuentan, con sus propias palabras, que les significa la Feria y cómo la fueron construyendo entre todos. Para los ellos y ellas, vender el excedente de la huerta es una ventaja que obtienen gracias a la realización de la Feria:

“Sí, porque aparte de producir para consumo propio y de vender a los vecinos, salir más allá y que me dé un poco más de dinero, es mejor” (Entrevista F4, 2018).

La feria, además, les permite salir del día a día y conocer otros barrios o áreas geográficas, al menos una vez por mes. Este viaje a la ciudad capital, donde se realiza la feria, les significa ir recrear sus vínculos sociales con otros huerteros, técnicos y clientes. Todos reconocen que la ROST les permite intercambiar ideas y aprender:

“Mediante reuniones en el INTA, cuando estaba en la 9 de Julio, ahí hicimos el protocolo del área de servicios. Porque suponte, se trata de que todas las organizaciones adheridas a ROST participen y que no haya enfrentamiento y competencia, que cada uno lleve cosas para que puedan comercializarse.” (Entrevista F5, 2018).

“Ser parte de la ROST significa hacer una reunión 15 días antes de la feria y 15 días después. Ahí se hacen acuerdos. Es una mesa en donde no tan solo participan los técnicos, sino también



los feriantes, todos participamos, viveristas, los que llevan comidas, huerteros, los que se encargan de los espacios de recreación.” (Entrevista F3, 2018).

“La vinculación con la gente de INTA la veo para bien; sí. Porque hubo muchas reuniones, aprendíamos muchas cosas que no conocíamos, como por ejemplo las comidas que se pueden hacer con las verduras, también muchas plantas que se pueden utilizar.” (Entrevista F1, 2018).

Para todos los feriantes entrevistados las relaciones institucionales e interpersonales generan organización y participación conllevando una gobernanza horizontal entre todos los actores más activos. A pesar de diferentes intereses, todos coinciden en objetivos claros como mejorar la venta y promocionar el consumo de alimentos provenientes de familias vulnerables. Los mismos feriantes resaltan valores como “el compañerismo, el escucharnos, el ser solidarios” (Entrevista F3, 2018). Todos los feriantes se refieren a las instancias innovadoras que surgieron a partir de la ROST y su vinculación con el INTA, y los clientes que van a la Feria:

“Sí, porque acá en Tucumán no habían ferias donde participaban los huerteros de la provincia y respaldada por una institución. Esta feria tiene hortalizas, artesanos. La ROST comenzó con la feria de trueques y después pasó a la feria de los Huerteros.” (Entrevista F2, 2018).

“Sí, estamos organizados, tenemos un proyecto especial dentro del Pro Huerta de comercialización de productos de viveros. Entonces ahí nació ese encuentro agroecológico dentro de lo que era ese grupo, antes yo era promotora asesora, ahí nació la idea de hacer una Feria que sea solamente de plantas o cosas relacionadas a plantas. Es por eso que, hace años, hacemos casi todos los meses un encuentro agroecológico en plaza San Martín, donde también estamos tratando que sean los sábados como la Feria de los Huerteros.” (Entrevista F6, 2018).

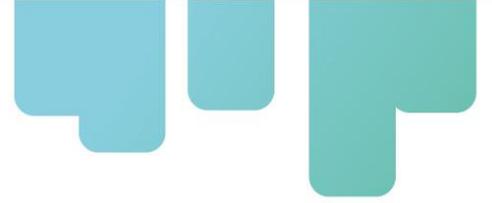
Si se toma en cuenta los inicios de la Feria como el mercado de trueque, y posteriormente, la Feria que engloba a organizaciones barriales, clubes deportivos, etc. se registra una innovación no sólo por su carácter multifacético, sino por ser la primera propuesta de mercado social y solidario en toda la provincia de Tucumán en los `90. El apoyo de los técnicos del INTA es reconocido por varios feriantes:

“La gente cuando ve esos carteles [banderas del INTA en la Feria], es como un respaldo a la labor del huertero.” (Entrevista F2, 2018).

“Sí es importante, impacta, porque la gente cree que el INTA y el Pro Huerta son unas instituciones serias, la gente lo recalca.” (Entrevista F4, 2018).

“Tiene mucho efecto, no es lo mismo que vaya un viverista o productor dentro del marco INTA o personalmente, es como si la institución te da una cierta garantía. Sí, eso me lo comentan, son conscientes que no es lo mismo, sí tiene impacto, es una institución que la gente reconoce con una base científica.” (Entrevista F6, 2018).

Este respaldo institucional lleva a la Feria de Huerteros a ser considerada como modelo para las



ferias de Simoca, Alto Verde, Plaza San Martín y otras más. La feria de Simoca se realiza todos los sábados, y participan algunos de los feriantes de la feria “modelo”. En Simoca se vende con moneda y también se utiliza la modalidad del trueque. La feria ofrece comidas regionales, artesanías, miel de caña, empanadillas y rosquetes, hasta artículos importados y cigarrillos en chalas. Otra feria está en Alto Verde, que toma el reglamento de la Feria de los Huerteros de Tucumán, con algunas modificaciones de acuerdo a su propio proceso organizativo, ya que es una feria semanal. Algunos puestos de la Feria de Huerteros que participan en la Feria Municipal de Bella Vista; y los Feriantes Viveristas organizan en paralelo la Feria en Plaza San Martín en la ciudad de San Miguel de Tucumán. Uno de los técnicos del PH se refiere a la propagación de otras ferias a raíz de la Feria de Huerteros:

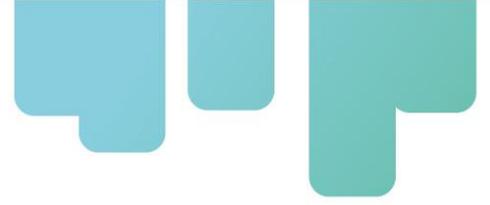
“Para mí, estas redes se incrementaron a partir de la Feria de los Huerteros, con el fortalecimiento de los productores de otras zonas que participaron en la feria, y ya están haciendo una feria en el sur de la provincia y en Simoca también. Ese ejercicio organizativo fue transmitido y lo bueno es que después lo desarrollan en sus localidades.” (Entrevista T5, 2018).

Todas estas iniciativas (nuevos mercados) y dispositivos (normas, reglamentos) muestran un proceso innovador que va de la mano del proceso de consolidación de la organización de la ROST. En los encuentros de los grupos focales, los mismos feriantes remarcan la importancia de los lazos horizontales y de las innovaciones que surgen más allá del espacio mercantil:

“Sí, porque nos fuimos conociendo entre todos, estamos más solidarios, hemos emprendido nuevas cosas que no teníamos pensado, a pesar de todo lo que nos está faltando, especialmente el poder adquisitivo” (Entrevista Grupal F1, 2018).

“Yo, en la feria estaba con la biblioteca móvil. Ésa era mi función de la feria al inicio. Trabajábamos por temática mujer, historia tucumana, Malvinas. La función de la biblioteca era que los visitantes de la feria pudieran sentarse a leer un libro, y también se podían prestar los libros.” (F2).

Los mismos feriantes cuentan las múltiples experiencias que genera la feria, y reconocen que la historia de años de esfuerzos para producir de manera escalonada y llevar mayor variedad de productos, los llevó a incrementar sus relaciones de confianza. La búsqueda por integrar los diversos intereses de los integrantes de la ROST generó la presencia de una biblioteca ambulante con libros en temáticas culturales e históricas. Con el tiempo, la biblioteca pasó de ser ambulante a tener presencia diaria en el Club, fortaleciendo el vínculo cultural con los habitantes del barrio. Como el origen de la feria está vinculado estrechamente con la producción hortícola supervisada conjuntamente con los técnicos de PH, los feriantes destacan con orgullo que producen hortalizas sin agregados de agroquímicos:



“Nosotros trabajamos diferente a los demás, porque nosotros no echamos agroquímicos, lo hacemos natural.” (Entrevista F4, 2018).

“Todos piensan que el protocolo está bien hecho, han venido gente de afuera, de la Facultad, nosotros también participamos en el protocolo.” (Entrevista Colectiva F4, 2018).

“Al principio fuimos avanzando en la presentación del producto; el uso del sustrato; dictamos cursos de reproducción, que la gente entienda lo que hace. Después trabajamos en la parte de hacerle el logo a cada viverista. Luego en la cuestión de cómo van a presentar el producto. Yo creo que todos esos temas se fueron mejorando bastante con todas esas capacitaciones que fuimos dando” (Entrevista F6, 2018).

El sentido de pertenencia está dado tanto por la manera de producir (agroecología), como por la manera de organizar la feria (protocolo). Sin embargo, los mismos feriantes reconocen la escasa puesta en valor sobre los métodos de producción utilizados, amigables con el medio ambiente y con su propia salud:

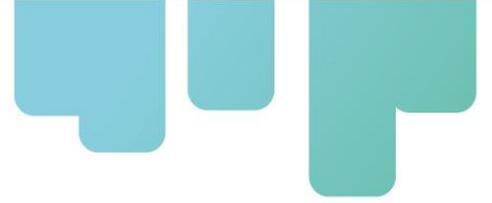
“Habría que darle más difusión, mucha gente que no sabe ni que existe esta Feria. Y menos que las hortalizas no tienen agroquímicos. Podrían hacer panfletos y tirarlos, la parte organizativa me parece que funciona bien” (Entrevista F6, 2018).

“[La Feria] Es una ayuda, claro; y lo hago mientras trabajo de otras cosas. Corto el pasto en algunas casas y hago mantenimiento de jardines y ahí vendo algunos plantines.” (Entrevista F10, 2018)

Los mismos testimonios demuestran la importancia que tiene la Feria como complemento de ingresos en familias con bajos recursos económicos. En síntesis, los feriantes reconocen al mercado del Club de Tucumán como un espacio económico, social, intercambio de conocimiento y solidaridad.

3.3.2. Los Clientes y las Clientas

Del análisis de las entrevistas y consultas realizadas a las y los consumidores/ clientes de la Feria de los Huerteros de Tucumán, surge la valoración positiva que se realiza de los atributos agroecológicos de los productos ofrecidos por los feriantes. Los testimonios de los mismos consumidores lo remarcan:



“[La Feria] es muy importante para mí,...es beneficioso también porque compramos productos libres de pesticidas. A veces cuando quiero hacer comidas crudas y compro en otro lado me veo limitada por todo lo que trae” (Entrevista C1, 2018).

“La verdura es muy sana, muy natural, del campo. Eso es lo que nos trae a nosotros [a la Feria]. Y los precios; que son acordes al sacrificio que hacen ellos.” (Entrevista C2, 2018).

“*Sí sabíamos que son productos agroecológicos y nos parece muy importante.*” (Entrevista C3, 2018).

“*Yo me vuelvo contenta y muy tranquila porque sé que los productos que llevo no tienen agroquímicos. Desde que soy mamá me puse a reflexionar muy firmemente sobre la alimentación que estamos dando a nuestros niños, busqué hasta que di con la feria.*” (Entrevista C4, 2018).

“*Hace como 5 años me enfermé y me cambiaron toda la alimentación. Y a partir de eso yo sentí una mejoría. Entonces trato de consumir todo lo que sea orgánico.*” (Entrevista C1, 2018).

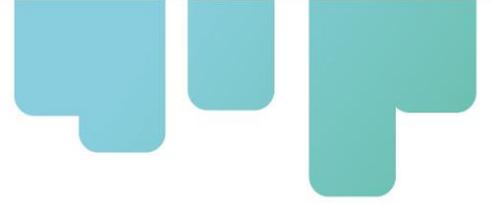
“*La ventaja de esta Feria es poder contar con productos orgánicos a precios razonables.*” (Entrevista C9, 2018).

La posibilidad de comprar alimentos libres de agroquímicos genera en todos los clientes y clientas entrevistadas, cierta fidelidad hacia los puestos de la feria con hortalizas de estación. De todas maneras, se detecta en algunos de los consumidores y consumidoras, desconocimiento acerca de la diferencia entre productos orgánicos (con certificación de terceras partes) y agroecológicos. Algunas clientas piden mayor variedad de hortalizas, desconociendo acerca de la dinámica de producción en función del clima y horas de luz. Otros reclaman mayor difusión sobre la fecha en que se desarrollará la feria con más días de anticipación. Los días de lluvia disminuyen los números de puestos, particularmente de hortalizas y eso también desanima a los consumidores que llegan después de las 12 del mediodía a la feria:

“*Me pasó un día que llegué tarde, cuando faltaba 40 minutos para el cierre, y ya no había nada. Capaz que sea más extendido el horario, suponete hasta las cuatro o desde las nueve hasta las cinco de la tarde. Porque por ahí el sábado uno lo utiliza para ir al centro y después pasa por la feria* (Entrevista C8, 2018).

“*Para mí, feria significa un montón de otros artículos, que yo los incorporaría. No tan sólo fruta, verdura y comida que se vende, sino también muchísimas otras cosas, hay otros insumos que las mujeres compramos, que las amas de casa compramos. Que sea mucha más feria.*” (Entrevista C6, 2018).

“*Que traten de llevarlo a la casa, que hagan un paquete con las verduras de estación. También le recomendaría que estén más en las redes sociales. Porque ahora las amas de casa trabajan, tienen muchas obligaciones. Por ejemplo, le recomendé a una amiga y ella me preguntó ¿es verdad que los productos son orgánicos? y yo le tuve que decir sí, es verdad, doy fe que es así. Y creo que ese aspecto debería estar más reforzado, ahí creo que el Pro Huerta puede dar fe que los productores hacen las cosas con las buenas prácticas agrícolas, capaz que tener algún*”



sellito, algún papelito que diga que esas verduras fueron hechas con las buenas prácticas. Dar más publicidad en las redes, llevar bolsones con las frutas y verdura de estación a domicilio todas las semanas. A mí me encantaría recibir esa calidad de frutas y verdura, además que estoy ayudando a los pequeños productores. Pero a mí me facilitaría mucho poder recibirla en mi casa.” (Entrevista C7, 2018).

Los testimonios registran que para todos y todas las clientas contar con acceso regular a alimentos agroecológicos, a costos razonables, y con el aval de una institución de prestigio como el INTA, es de suma utilidad. Sin embargo, a estos consumidores les gustaría contar con otras innovaciones como la entrega a domicilio, mayor información sobre la fecha en que se realizará la Feria, certificación sobre el proceso de producción libre de agroquímicos, etc. Los pedidos de los clientes y clientas podrían ser un punto inicial para seguir innovando en el desarrollo de nuevos canales comerciales, así como mejorar los canales de comunicación.

El Proyecto de FONTAGRO, como se explicó en la metodología, contó con un valioso aporte sobre el uso de otras herramientas como los videos cortos. A modo de ejemplo, se ofrece un link en drive y *you tube* para conocer, en imágenes, la visión de los clientes sobre la Feria y sus productos ofertados.

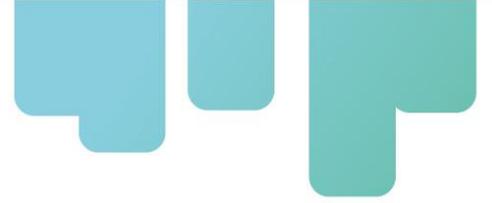
https://drive.google.com/file/d/1lwozEJpuMyW1lxEO_CJ25xxW2u8S6Fa9/view?usp=sharing

<https://studio.youtube.com/video/Ez8hAF5OjI8/edit>

Es de destacar, que para todas las entrevistadas el valor extra de las hortalizas es su producción bajo esquema agroecológico (sin agroquímicos). Si bien la mayoría que visita la feria es del barrio, algunos vienen desde más lejos.

3.3.3. Informantes Calificados y Técnicos del INTA y PH

Los técnicos aseveran que la feria es una construcción colectiva que abre paso a agrupaciones más allá de las que hacen parte de la ROST, como la mutual de Villa Amalia, la Cooperativa CAL 306 y otras organizaciones. La mutual, que ahora es parte de la ROST, vende los excedentes de la huerta comunitaria que realizan entre los voluntarios y los adolescentes en dificultades de adicción y/o desempleo. Los integrantes de la cooperativa CAL 306 de Bella Vista, venden pollos agroecológicos. Todas estas organizaciones se suman a la feria y son parte integrante del Consejo. Para los técnicos estos vínculos multi-institucionales y pluri-organizacionales enriquecen las innovaciones que se generan dentro y fuera de la Feria de Huerteros. La mirada de los técnicos e informantes calificados acerca del intercambio de información con los huerteros muestra propiedades emergentes en relación al aumento de variedades ofertadas en la feria:



“Si lo asocias sólo al Pro Huerta tenés 14 variedades en otoño-invierno, y en primavera-verano, 18. Pero en la Feria hubo momentos en donde teníamos más de 240 productos; donde se recuperaban productos locales como la chirimoya o el chilto, etc. que no se encontraba en la bolsita del Pro Huerta. Cada Feriante se animó a llevar lo que se hacía en su comunidad. Como una recuperación de saberes. Porque entre vivero, la producción de hortalizas, frutas, y agroindustria podíamos encontrar más de 240 productos” (Entrevista T3, 2018).

“Sí se ha ido construyendo el vínculo del conocimiento de prácticas y reconocimiento de saberes. El que va a la feria es un huertero, con una verdura que tiene ciertas características; y los espacios de la feria se han ido construyendo”. (Entrevista Grupal T4, 2018).

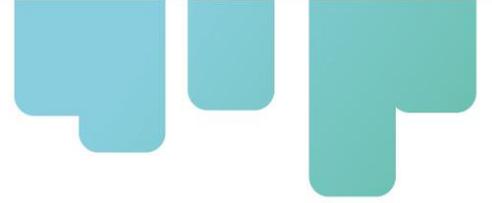
El Pro Huerta, con mayor presupuesto al inicio de la feria, aportó la infraestructura de los puestos que además podían ser usados en otras ferias. La importancia simbólica de la presencia de los técnicos y los logos de INTA en todas las ferias, les da confiabilidad a los clientes y un respaldo a los productores y artesanos. Los mismos técnicos lo explican:

“El logo del INTA y la presencia física de los técnicos en la Feria, sí influye, y mucho. Constituye un sello de calidad para mucha gente. Hay veces que escuchamos que dicen: “vengo a la feria que hace el INTA”. Los que visitan y compran en la Feria saben que hay una institución con muchos años de trayectoria y con mucha presencia en el territorio.” (Entrevista T3, 2018).

“La presencia del INTA es algo importante, porque es una institución muy prestigiosa. Es más, hay otras ferias que se organizan con productores y ellos mismos piden que los feriantes de hortalizas tengan experiencia o algo de relación con el INTA, que tomen cursos de manipulación de alimentos para los que venden conservas. También los clientes plantean que es importante que el INTA acompañe este tipo de experiencias en donde no es común encontrar productos agroecológicos.” (Entrevista T1, 2018).

Los y las técnicas de INTA, expertos en tecnología alimentaria, le imprimen a la Feria de Huerteros y a sus “ferias satélites” un certificado de confiabilidad que es de suma importancia tanto para los feriantes como para los consumidores. Este rol imprime cierto poder a los técnicos de INTA dentro de la organización de la Feria, particularmente en aspectos relacionados con la calidad productiva. El grado de poder y la relación entre técnicos y huerteros están estrechamente vinculada con la personalidad y manera de recrear la actividad de extensión por parte del ingeniero/a agrónomo/a, veterinario/a o promotor/a del PH

Al igual que los feriantes, los técnicos reconocen a la Feria de Huerteros como la primera iniciativa de mercado para la venta de excedentes de hortalizas producidas por familias en vulnerabilidad económica. El Municipio de San Miguel de Tucumán, que apoyó desde sus inicios a la Feria, es un ejemplo para otras municipalidades de la provincia. Los protocolos de organización y calidad gestados conjuntamente entre todos los miembros de la Feria son adaptados por los integrantes de ferias que replican la idea de vender alimentos sanos y a precios accesibles. El agregado de valor de algunos excedentes de la huerta es un tema central en PH, y se han trabajado en muchos talleres, la posibilidad de elaborar conservas, teniendo en cuenta los puntos críticos de higiene y elaboración:



“Se ampliaron temas, por ejemplo otros menús. Trabajo mucho con las buenas prácticas de manipulación, las chicas empezaron a integrar y a conocer lo que es el respeto dentro de la cocina, lo que es necesario para una buena alimentación, también en mejorar la calidad de vida, y la calidad del producto que le da un valor agregado.” (Entrevista T2, 2018).

“Lo que sí considero que es novedoso y fue novedoso para los huerteros, es que le ha generado una forma de ver que sus productos podían estar en un lugar como un mercado más categorizado. El huertero no necesariamente es feriante, entonces también esa construcción del huertero como en otro rol, otra acción fue otro proceso innovador.” (Entrevista T3, 2018).

“Un espacio que se organiza participativamente, todos opinan en qué es lo que quieren y cómo lo quieren. El manual de calidad se construyó así. Para la certificación de competencias se tomó como uno de los elementos el saber hacer de los feriantes, la planificación de la huerta y comercialización de ese excedente.” (Entrevista Grupal T3, 2018).

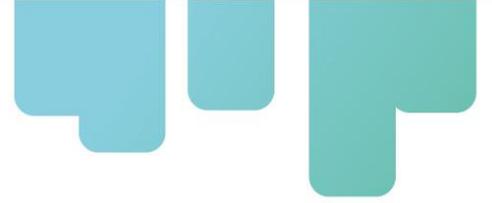
“Hubo mucho aprendizaje en las personas, de una manera distinta de lo que es el mercado convencional. Dejando de lado esa manera romántica como se los veía a los huerteros, y a empezar a visualizar esta actividad como un negocio dentro de una economía que no es la convencional.” (Entrevista T6, 2018).

“Siento que he ayudado a que la gente aprenda y respete todo lo que es la seguridad alimentaria. El hecho de compartir todos mis conocimientos con ellos es lo más gratificante.” (Entrevista T2, 2018).

De los testimonios de los técnicos se destaca el proceso de certificación de competencias, donde el PH Tucumán se suma al convenio nacional entre el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (MTEySS) y el INTA firmado en 2007. Esta certificación, además de visibilizar a todos los que hacen parte del PH con gorros y camisetas, buscaba contribuir a mejorar las posibilidades laborales, comerciales y sociales de huerteros y promotores. Esto significaba acreditar y certificar conocimientos y habilidades obtenidos por experiencias e intercambio de conocimiento entre técnicos, huerteros y promotores PH. La certificación de competencias busca equilibrar el valor del conocimiento tanto académico como práctico, para promover los procesos de construcción de ciudadanía.

La puesta en marcha de la feria implicó un trabajo conjunto que fue más allá de la organización de una oferta de alimentos con cierta “certificación” de calidad o inocuidad, sino multiplicar roles o funciones de los huerteros que aprendieron también a exponer de manera más vistosa sus hortalizas y conservas. Otras innovaciones de procesos y productos se ven en el agregado de valor en la oferta de alimentos conservados, así como en la escritura de un manual de calidad desde la experiencia de los propios elaboradores. De todas maneras, si bien desde lo discursivo se cuenta la experiencia de la feria y todas sus innovaciones como una co-construcción de conocimiento, los últimos testimonios podrían interrogar acerca de la extensión rural “clásica” cuando los y las técnicas se refieren a “compartir todos mis conocimientos”; “hubo un aprendizaje en las personas”, separándose de su propio proceso de aprendizaje en ese intercambio.

Los informantes calificados, al igual que los técnicos, vienen sosteniendo a la Feria desde sus



inicios, y valoran el proceso de crecimiento en saberes y reproducciones de este tipo de mercados en otras localidades:

“No es un cálculo costo-beneficio el que hace el huertero. Entonces; ¿cuáles son los valores que entran en juego?; el compañerismo, llevarse mercadería que a ellos les gusta y no tan sólo la venta. Es una valoración de lo que llevan y lo que comparten y que los tengan en cuenta los demás. Rescatan el estar ahí, ser parte de un espacio que se hizo para él/ella y en el que le van a comprar sus productos donde también se revaloriza la calidad y el valor de su mercadería.”
(Entrevista Grupal IC2, 2018)

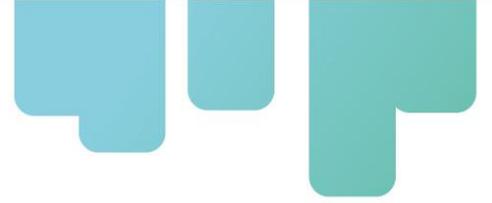
“El haberse agregado el espacio de viveristas ha sido valioso, porque lo de la verdura tiene ese altibajo normal estacional, y los plantines le han dado una mayor estabilidad a la oferta.”
(Entrevista IC1, 2018).

Los informantes calificados son parte integrante de la feria (promotores, integrantes de sociedades civiles) y valoran las diferentes motivaciones de los feriantes para ser parte activa del mercado mensual. Todos registran que se construye un mercado que va más allá de los valores de costo y beneficio económicos, visualizándose otros beneficios como ser parte de una red heterogénea de actores con conocimientos diversos donde la posibilidad de aprender es inmensa. Tanto técnicos como informantes calificados consideran a la conformación de los reglamentos y protocolos como mecanismos innovadores dentro de los canales alternativos de comercialización. La gestión de la calidad y organización de la feria es una construcción colectiva entre promotores, técnicos, huerteros y feriantes que se enmarca en el mismo proceso histórico-organizativo que dio origen a la Feria en el año 2007 y cuyo desarrollo se mantuvo todos estos años, los segundos sábados de cada mes (Zelaya et al., 2015, ver link del Manual de Gestión de la Calidad de la Feria de los Huerteros de Tucumán en Anexo N° 6).

Para visualizar la experiencia de trabajo de campo, en el siguiente link (en drive y youtube) se muestra un fragmento de la entrevista a uno de los integrantes de la Red Orgánica Solidaria de Tucumán (ROST) y Promotor del Programa Pro Huerta, Carlos Marchese, quien explica cómo se organiza la Feria

<https://drive.google.com/file/d/1Zqwe-BLRzosSqcNv0KC6-zlq8c5cyV0k/view?usp=sharing>
https://www.youtube.com/watch?v=WDX0J5_PuAk

Los testimonios de cada uno de los actores que construyen la Feria de Huerteros permiten visibilizar el trabajo previo necesario para construir un mercado que vaya más allá de los intereses económicos. Se remarcan como experiencias enriquecedoras la construcción de manuales de calidad, la certificación de competencias para revalorizar los trabajos de los huerteros que traen a la mesa de los argentinos alimentos sanos y amigables con el medio ambiente. Estas experiencias crecen particularmente en momentos de crisis socio-económicas, donde tanto consumidores como vendedores necesitan no sólo alimentos económicos sino momentos de encuentro.



4. El Mercado, la Innovación y la Gobernanza en la Feria de Huerteros

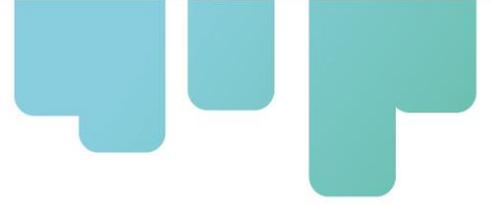
Teniendo en cuenta la voz de los actores, se explica el origen de los procesos de innovación que involucran la creación de la Feria como un mercado de la economía social y solidaria (Coraggio, 2011), organizada a través de un sistema horizontal entre técnicos e integrantes de la ROST. En sus primeros años, la feria no contó con reglamentos o normas escritas, éstas surgieron desde la práctica y la interacción entre los “creadores” del mercado. La necesidad de reglamentar algunas prácticas estuvo vinculada con algunos objetivos como mejorar la presentación de los productos expuestos en el puesto, conocer más sobre la demanda (cuántas personas y qué tipo de consumidores visitaban la feria). Uno de los técnicos de PH cuenta:

“Para eficientizar esos procesos pensábamos en realizar los procedimientos por escrito, y así es como llegamos a generar comisiones. Una, por ejemplo, se encargaba del tema infraestructura, otra, del tema calidad de los productos que iban a ingresar, cómo tendría que ser una miel, cómo una mermelada...y así.” (Entrevista T10, 2018)

“Cuando aparece la posibilidad de asistir a la Feria de Simoca, nosotros queríamos ahí replicar la experiencia, pero para poder hacerlo, teníamos que tener algo escrito. Para poder multiplicar nuestra experiencia en otros lugares, sin dejar de lado las características propias de cada espacio, surge la idea de un Manual de Calidad que sirviese para poder sistematizar y compartir la experiencia, pero con algunas características distintas de otros manuales que existen referidos a calidad”. (Entrevista T10, 2018)

La Feria de Huerteros muestra cómo el proceso de innovar, recreando un mercado más solidario, co-existe con la búsqueda de una organización con vínculos más horizontales, donde las reglas sirvan para mejorar las ventas y se pueda repicar la experiencia en otras geografías. Si bien la idea surge desde los técnicos del PH, precisamente desde el coordinador del programa, buscan sumar ideas sobre calidad de los mismos feriantes y de la Gerencia de Calidad de INTA. La construcción sobre qué se entiende por calidad, y agregado de valor fue parte de los debates que permitieron incorporar temas como el trabajo de las mujeres en la feria, en la huerta y en el procesado de alimentos, así como la importancia de la agroecología que va más allá de la producción de hortalizas sin agroquímicos.

La participación de las y los feriantes/ huerteros en el Manual de Gestión de la Calidad, permitió reglamentar actividades como las que se desarrollan en el área de servicios (baños, cuidado de niños, eventos culturales, etc.), y de degustación. Desde el Consejo Asesor de la Feria se seleccionan periódicamente los responsables de cada área de actividades, para que se preserve limpieza e higiene. Desde el PH se desarrollaron cursos sobre alimentación saludable, así como la búsqueda por revalorizar nuestros alimentos y sabores, reivindicando los temas de soberanía alimentaria. La particularidad de este dispositivo reside en que todos los actores intervinientes



decidieron y definieron enmarcar explícitamente un manual procedimental. Dentro de los eventos culturales de la feria, se destaca “La huerta mágica” donde los hijos de feriantes y visitantes cuentan con un espacio no sólo para jugar sino para aprender sobre las bondades de la tierra.

“Siempre decimos que la feria nuestra es especial, no tan solo el espacio donde uno va a comercializar, hemos pasado momentos difíciles, pero nos hemos acompañado. Y el cuidado de los niños. Y siempre hacemos brindis de fin de año, ya sea que las cosas vayan mal. Hemos empezado desde abajo, y no lo podemos perder. Porque fue difícil llevar a la feria donde está y el 10 de octubre se cumplen 11 años.” (Entrevista Grupal F5, 2018).

La Huerta Mágica, espacio de difusión de juegos didácticos para los/as pequeños/as, que jugando, aprenden sobre el mundo de las huertas, el medio ambiente, la alimentación y la nutrición, es motivo de orgullo de los organizadores de la feria. Así este espacio busca visibilizar la puesta en común de la Soberanía Alimentaria mediante la interacción y el compromiso de las organizaciones de la sociedad civil y las instituciones del Estado potenciando la producción agroecológica, la economía popular, la comunicación popular, la equidad e igualdad de género y el desarrollo territorial. La política sobre la mejora de la gestión de la calidad asumida desde un conjunto de organizaciones e instituciones caracterizadas por la gestión conjunta, que promueven la comercialización de productos y excedentes producidos por los diversos actores del territorio, no es solo con un modelo agroecológico sino también un modelo inclusivo para todos los que quieran formar parte de ese espacio. El Manual de Gestión de Calidad de la Feria de los Huerteros (anexo 6) además de reglamentar el Plan de Calidad, Procedimientos y Protocolos, Instructivos de Trabajo, Especificaciones o Guías que sirven como modelo para otras futuras experiencias, realiza una breve descripción de las actividades realizadas en la Feria, ordenando desde lo conceptual y filosófico, así como desde lo organizacional y operacional, el proceso de innovación colectiva que ha permitido la subsistencia de la Feria en contextos de crisis.

El **mercado** que se genera en la Feria va más allá de los parámetros de compra venta de un espacio convencional tradicional, se registra el intercambio de conocimiento y formas de producir, así como el trueque entre los mismos feriantes:

“(Intercambiamos) más que nada información. Por ejemplo, ella trae papa piedra y entonces me cuenta cómo es, de dónde la trae, cómo se siembra, cómo se come. O Benito, que hace tamales y, bueno, yo le cambio por palta. O cuando trajeron la poronga que también conversamos y averiguamos. Porque uno no tan sólo viene a vender, sino a conversar y a llenarnos de energía.” (Entrevista Grupal F5, 2018).

“Eso ha sido lo más importante, que la persona tenga en donde ir, más allá de que pueda vender en su casa. El huertero ha aprendido cómo presentar la verdura, la calidad, todo este aprendizaje para que ellos puedan fortalecer la venta de sus productos.” (Entrevista T6, 2018).

La conversión de los y las huerteras en vendedores ha sido un trabajo conjunto que llevó tiempo



y permitió mejorar los vínculos con los clientes. En momentos de crisis macroeconómicas la feria no es un mercado tan prometedor, en particular, para los huerteros que tienen escasos excedentes o productores de alimentos regionales:

“Yo estoy en el área de servicios [venta de alimentos, ofrecimiento de equipos de mate, limpieza, etc.], pero ahora hay falta de insumos y es difícil aportar en la situación que estamos. Yo no estoy vendiendo la cantidad que vendía, también antes el INTA nos llevaba los productos. Yo voy a vender tamales, llevo aproximadamente 100. Pero tengo que ir en colectivo, después me bajo en la plaza y de ahí me tomo un taxi a la feria. La gente que vende verduras se defiende, pero no sé si le conviene porque tienen que pagar el traslado.” (Entrevista F5, 2018).

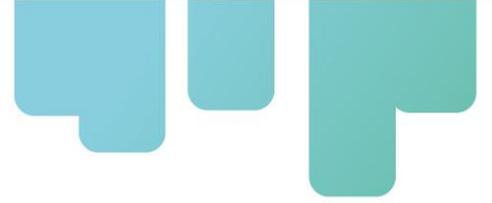
Si bien los feriantes se enorgullecen por el trabajo realizado en conjunto, pareciera que la falta de apoyo estatal en cuanto al traslado de los feriantes y sus producciones, como el aporte de los productos de limpieza, se resienten en contextos de ajustes presupuestarios en instancias estatales. Hasta diciembre de 2015, los técnicos del PH, disponían de insumos como vehículos estatales, gasolina, productos de limpieza para toda la logística de la feria que incluía el traslado de los productos y feriantes. Esto llevó a algunos feriantes de las localidades sureñas (Alberdi, Aguilares y Concepción) a gestionar con sus intendentes algunos aportes para continuar con la feria: colectivos, fletes pagados a medias entre el estado y los feriantes, etc.

En momentos de mayor presencia del equipo técnico, se trabajaron algunas herramientas del mercadeo en relación a la oferta y las necesidades de la demanda de una manera innovadora, que fue más allá de la lógica mercantil clásica. Uno de los técnicos reflexiona acerca de esa actividad:

“Logramos romper un paradigma que [los huerteros] te lo repiten hasta el cansancio: `vos tenés que darle a los clientes lo que ellos demandan`. Entonces nosotros [los técnicos] dijimos que no es un mercado tradicional, sino que se le vende al cliente el excedente de la producción, tampoco da para planificar si el mercado quiere tomate solo se hace tomate”.

“Primero dijimos, bueno, vamos a comercializar productos agroecológicos, porque el Pro Huerta produce agroecológico. Segundo, no es que íbamos a traer a productores exitosos únicamente, son tipos que tienen una huerta en el fondo de su casa. Ellos traen lo que producen, y es diversidad. Ellos brindan los excedentes, producen para comer y lo que les sobra lo venden. Hay que decirle a la gente (consumidores) que es sólo una vez al mes, no todos los días. Capaz que hay huerteros que tienen más mercadería y la venden acá y después en otra feria o en la casa. Porque tampoco estamos inventando nada nuevo. Creo que ahí empezó a haber este cambio; no éramos considerados agricultores clásicos, éramos despreciados por la academia y áreas de los que trabajaban con los minifundistas. Después se transformó minifundio en agricultura familiar y también nos despreciaron, ni siquiera los mismos productores nos querían cerca. Paradoja del destino, más de un feriante viene de esas áreas.” (Entrevista T9, 2018).

El testimonio del técnico muestra la interfase, es decir, la interacción entre mundos de vida diferentes entre las diferentes visiones respecto a qué es el “mercado”. De acuerdo al técnico es necesario salir del paradigma de mercado tradicional, donde se ofrecen los productos que



demanda el cliente para pasar a educar al consumidor en relación a otros parámetros de la producción de alimentos más asociado a la época del año y a la filosofía del huertero de PH que vende sólo sus excedentes. De todas maneras, el técnico visibiliza cierta tensión entre lograr una oferta acorde a un mercado innovador y un mercado exigente en cuanto a variedad y ofertas.

El mercado se destaca como un espacio de solidaridad e intercambio, donde se busca priorizar la dimensión cooperativa en la **manera de gobernar**. Los mismos feriantes reconocen como potencialidades de la organización cuando deciden continuar con el mercado, a pesar de las restricciones presupuestarias del PH:

“En el momento que se retira el apoyo económico del INTA es el momento de ponerse los pantalones y todos los que estamos no hicimos un paso al costado. Los mismos huerteros antes tenían el transporte gratuito, la feria armada, los stands. Ahora no, llegamos y tenemos que armar nuestro stand, y al final desarmarlo y limpiar el lugar. Entonces todos hemos empujado para el mismo lugar.” (Entrevista F5, 2018).

“Es sentarnos, hacer una reunión y ver cómo y cuál es la necesidad de la Feria, y en cada armado, en cada fecha que se aproxima, ver qué podemos mejorar. Lo bueno es que la gente que se encarga de la organización escucha la necesidad del Feriante y del cliente.” (Entrevista F3, 2018).

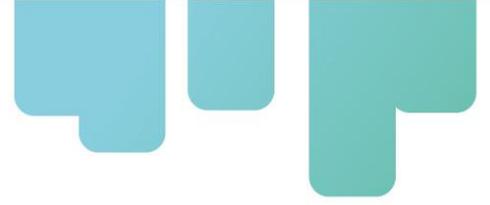
“Hubo un caso de venta de huevos y una señora que no quiso hacer caso a vender a ese precio; ahí hay un reglamento y si no lo soluciona el árbitro, lo hablamos entre todos y sino en la próxima reunión y ahí se toma la decisión. Cuando el problema pasa a mayores ahí se lo trata en reunión, sino se trata de arreglar ahí mismo.” (Entrevista Grupal F6, 2018).

La organización de la feria es vista por los feriantes como un espacio no ausente de conflictos que se tratan de solucionar entre todos. Tanto la falta de apoyo económico del PH, como algunas dificultades cotidianas, se tratan de resolver con sentido común entre los feriantes o se buscan aclaraciones en la organización del Consejo Asesor, apoyándose en el Manual de Gestión de la Feria. En relación a la gobernanza, los técnicos e informantes calificados destacan la autonomía de los feriantes:

“Estas organizaciones y actores pudieron suplantar el tema de los recursos [desfinanciamiento PH] a través de más organización, más reuniones internas. También se fueron incorporando áreas, sectores, se fueron modificando las comisiones, hoy hay nuevas como la de logística e infraestructura, de arbitraje, sector de comidas, hortalizas, y después están las reuniones generales que son las integradoras... Siempre hay conflictos, pero se los resuelve con la persona que ha sido afectada más los técnicos del terreno, los integrantes de las distintas comisiones y los miembros de la ROST.” (Entrevista T1, 2018).

“Las reuniones personales son valiosas, no todo se arregla por What’s app o llamada. Creo que ese espacio de encuentro, para los que estamos en la parte técnica, no lo hemos valorado lo suficiente, no le hemos sacado más provecho o multiplicado para otras cosas en otros proyectos a nivel local.” (Entrevista IC1, 2018).

“En la reunión preparatoria se define cuál va a ser el tema, la forma en que se va armar la feria. Esto se articula con los técnicos y la toma de decisión se trata de consensuar y ver de la mejor



manera. En la feria, el árbitro no sólo define los precios de determinadas cosas, sino que arbitra cualquier tipo de conflicto que se pueda dar en la feria y se transforma en la autoridad en la feria.” (Entrevista T3, 2018).

“Creo que [en la organización de la feria] se ha ido generando espacios metodológicos, también de cómo discutir, de cómo lograr acuerdos, de cómo resolver situaciones de diferentes organizaciones, porque una cosa es estar yo solo y listo, pero acá hay un conjunto de organizaciones ya no es lo mismo, entonces hay que ir generando otros espacios de diálogos y acuerdos.” (Entrevista IC1, 2018).

Tanto feriantes como técnicos e informantes calificados coinciden que la mejor manera de solucionar conflictos es a través del diálogo y si es necesario, recurrir al manual de gestión que fue consensuado por todos los integrantes de la Feria. Algunos consideran que los clientes, que se hicieron fieles a la feria de los sábados, aportan ideas y revalorizan el trabajo de la huerta, estimulando a nuevas prácticas productivas y comerciales.

Un aspecto de la **innovación** de la Feria de Huerteros se vincula con su poder de resiliencia y el espíritu colaborativo y solidario, destacado por feriantes, y técnicos:

“La continuidad de la feria es lo más importante, y las relaciones humanas son muy importantes también, conversar, la amistad que nos brindamos. Los aprendizajes de todas las capacitaciones que nos dieron.” (Entrevista F2, 2018).

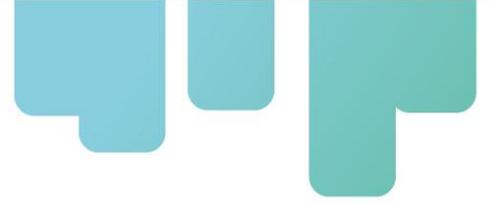
“Valoro la tenacidad, esto nos permitió continuar con temas que nos parecen importantes, eso es un aprendizaje en los contextos que nos han tocado pasar entre nosotros y en el contexto socio económico de crisis.” (Entrevista grupal, IC2, 2018).

“Valoro como primera instancia el compañerismo, el escucharnos, el ser solidarios, más en estos momentos difíciles.” (Entrevista F3, 2018).

“Yo valoro mucho esta feria porque desde que me recibí tuve la ilusión de mejorar el mundo y me parece que esa feria tiene un buen ambiente, se siente bien, se trata a todo el mundo por igual, se le da un respeto a la gente. Y se va trabajando en meter la idea de respetarnos, de cuidar el medio ambiente de comer mejor. Eso lo puedo ver y sentir en la feria, la gente lo dice también, los viveristas se sienten bien.” (Entrevista F6, 2018).

“Con la quita de fondos [crisis PH fines 2015], se decidió seguir con la feria, y ahora la feria es nuestra. Y ver frente a los cambios como la gente y nosotros nos amoldamos y seguimos adelante.” (Entrevista T3, 2018).

Algunos técnicos y todos los feriantes, se sienten parte del mercado, registrándolo como un espacio de construcción colectiva que pudo ir más allá del apoyo estatal, encontrándose ahora con poder auto-gestivo. La experiencia de la Feria como mercado innovador en la gobernanza resalta no sólo por las ventas e intercambio material de bienes, sino por los intercambios de bienes “inmateriales” (colaboración, afecto, reciprocidad, conocimientos, intercambios, información, entre otros). Este ensamblaje de bienes materiales, inmateriales y actores sociales necesita sostener este espacio más allá de los contextos socio-económicos. Algunos de los testimonios, recogidos en el trabajo de campo, muestran los próximos desafíos: a considerar en



la búsqueda de ir más allá de la supervivencia y consolidar el mercado:

“Habría que darle mayor difusión. Se podrían hacer panfletos y repartirlos.” (Entrevista F6, 2018).

“El tema de la instalación eléctrica en la feria, no está funcionando bien, habría que mejorar, en algunas huertas, el acceso al agua.” (Entrevista F2, 2018).

“Se necesita más planificación a futuro en el territorio, para así mejorar la diversidad en la oferta de la feria. La feria debería estar más visibilizada, hay que mostrar más todo lo que se realiza para sostener la feria.” (Entrevista T1, 2018).

“Hay que apoyar a que siga esta experiencia. Esta crisis también nos sirve para algo, para que nosotros nos acerquemos a las otras instituciones y sobre todo a gobiernos locales para poder establecer mejores redes y para hacerle entender a los muchachos que están en los gobiernos locales que eso es también desarrollo del territorio. Ahora hay que sostener, y seguir incentivando hasta que vengan tiempos mejores. Además, la gente se ha apropiado del espacio, de la metodología de trabajo.” (Entrevista T6, 2018).

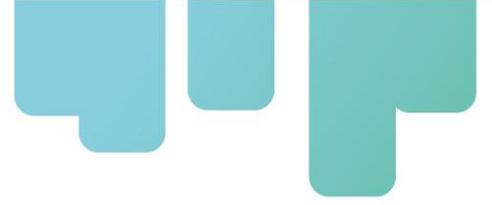
“Fortalecer más al grupo motor que está más cerca de la organización de la feria, el que lleva más a cuesta la feria. Ampliar más la base de huerteros que podrían intervenir en la feria. Por el momento no abandonar el apoyo de los técnicos de INTA o Pro Huerta. Simplemente con el estar es algo positivo, es importante que se esté.” (Entrevista T8, 2018).

“Creo que hay que crecer más en lo inter-organizacional, sumando también a otras experiencias, superando fronteras que se ponían entre los que producen alimentos y los que son empleados del estado. Creo que hay un aprendizaje profundo en las organizaciones rurales en involucrarse en lo urbano, y éstas en involucrarse en lo rural. Creo que sí hay un camino para crecer muchísimo, para crecer en lo urbano y periurbano.” (Entrevista IC1, 2018).

“(Los tiempos por venir) implicarán un esfuerzo muy importante de reorganización; y si querés, de revitalización. Seguramente se pueden hacer otras cosas. Todo va a depender también de esos acuerdos previos y de lo que se pretenda obtener.” (Entrevista IC2, 2018).

“Hay déficit en la figura jurídica. Creo que no hemos buscado amparos legales que le den otra capacidad de gestión. Cuando en su momento se gestionaron mejoras en infraestructura por el espacio, hubo que decir que el proyecto va a tener que salir a través de la Mutual porque no hay una figura jurídica para esta situación en la feria. Es importante el protocolizar porque no tan solo le sirve a esta feria sino también a los demás.” (Entrevista IC1, 2018).

Cada uno de los constructores de la Feria muestra una gran diversidad de preocupaciones. Si bien todos coinciden en la excelente experiencia de intercambio generadas entre mundos diversos, los desafíos a enfrentar por este conjunto de actores son muchos y complejos. Los técnicos remarcan problemáticas asociadas a lo productivo (incrementar variedad de ofertas). Para los huerteros, en cambio, las problemáticas se centran en el día a día, en la falta de difusión de la feria, en el poco acceso al agua para sus huertas o en el escaso sostén de las redes gubernamentales tanto municipales como nacionales. En ese sentido, los mismos técnicos remarcan a las crisis como potenciales aliados, la falta de presupuesto del PH, significó redoblar esfuerzos para trabajar de manera más mancomunada con los municipios locales. A pesar de la



gobernanza que dio lugar a la materialización de las normas en un manual, se observan vacíos legales como la figura jurídica del Club donde se emplaza la feria.

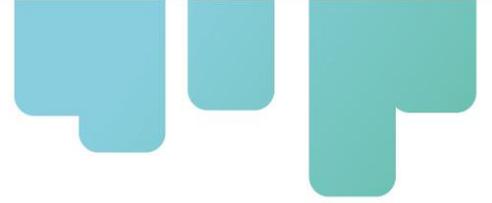
Los testimonios muestran que la Feria de Huerteros de la ciudad de Tucumán es fruto del ensamblaje generado entre la tecnología y la sociedad. La tecnología, en este caso, son las normas, la agroecología y la sociedad, el conjunto de actores heterogéneos que van desde los técnicos y feriantes, a los mismos frutos de las huertas familiares.

5. Consideraciones Finales

Las nociones de análisis de innovación, mercado y gobernanza, se encuentran entremezcladas en el caso de estudio de la Feria de Huerteros de Tucumán. El proceso de construcción de la feria desde las primeras experiencias de trueque (1999), muestra la creación de un mercado innovador que se sustenta tanto en la innovación organizacional como de gobernanza. De todas maneras, la Feria muestra una particular interacción con programas de desarrollo social provenientes desde el estado como el Pro Huerta. A pesar de las crisis presupuestarias que deterioraron el accionar de los técnicos de INTA y PH, los feriantes y consumidores o clientes han logrado mantener este espacio de mercado hasta nuestros días. Las crisis de financiamiento que sufriera el PH en 2000-2001 y 2016, implicaron un esfuerzo personal y económico por parte de los técnicos y de los huerteros, consolidando aún más los lazos de solidaridad entre todos.

Frente a la menor presencia del apoyo estatal y la continuidad de la feria, caben los siguientes interrogantes ¿Por qué la Feria de Huerteros se sostiene si ya no hay recursos que la oxigenen?; ¿Cuáles son sus signos de vitalidad y actividades sostenidas en estos últimos años? La historia misma de la constitución de la Red Orgánica Solidaria de Tucumán (ROST) en constante interacción con los técnicos de INTA y PH, muestra la consolidación de lazos solidarios y de conocimiento que han permitido sostener a lo largo del tiempo no sólo el espacio de venta sino el espacio de intercambios, sumando a los consumidores que sostiene la feria cada mes. Los mismos feriantes consideran que la resiliencia de la feria se debe a un largo e ininterrumpido proceso de construcción y cogestión donde hubo aprendizaje colectivo, empoderamiento a través de la delegación de responsabilidades a todos los involucrados. Esto les permitió superar situaciones de conflictos entre ellos o problemáticas que excedían el límite del espacio de la feria (crisis económicas nacionales, bajo presupuesto desde los estamentos estatales, dificultades para promover la venta, etc.).

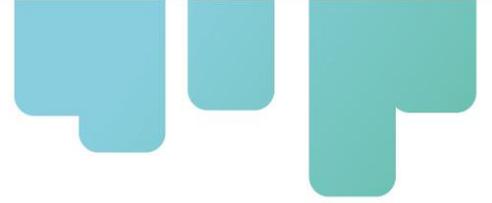
La innovación de la feria es una compleja red de relaciones entre tecnología y sociedad, dada por el tipo de alimentos ofertados y su vinculación con una sociedad que valora la producción de hortalizas sin el uso de agroquímicos industrializados. De todas maneras, es necesario profundizar la interacción entre huerteros y consumidores. Muchos de los entrevistados aún buscan una



variedad de ofertas como las existentes en las verdulerías convencionales, sin tomar en cuenta que la Feria es fruto de la producción local, con uso de semillas provenientes del programa PH. Este proceso de cambio no sólo requiere mayor conciencia por parte de los consumidores, sino también del mismo programa PH que debería incentivar la producción de semillas locales. Los y las clientas piden otro tipo de innovación como la entrega de hortalizas a domicilio.

En esta investigación la Feria de los Huerteros es estudiada como un mercado de alimentos y artesanías que resulta ser producto de múltiples y heterogéneas interacciones sociales. En este mercado no sólo se intercambian productos, dinero, sino que se genera una comunicación simbólica que va más allá de las normas de la economía. Esta mirada sobre el mercado permite estudiar las interacciones que se dan en la feria en un contexto más amplio, que incluye la vida de los huerteros, de los técnicos y de los consumidores y su manera de interactuar en un día de Feria. Como en toda institución conocida como mercado, en la feria se identifica la existencia de un proceso de construcción de un sistema de reglas, normas y valores en escenarios de vínculos, conocimientos y reconocimientos de prácticas y saberes, que favorecieron la concreción de acuerdos. Entre esas reglas, se encuentran las de mercado, donde los huerteros buscan vender a precio justo, convenido entre todos, lo producido en sus huertas. La puesta en práctica de la valorización de los productos a través de un estudio de mercado breve, realizado por los técnicos y feriantes, es un momento clave en el inicio de la feria. La configuración del precio que busca llegar con alimentos sanos a una población de clase medida, media-baja muestra la presencia de valores y acuerdos que van más allá de la mera puja de oferta y demanda. La puesta en juego del precio se vincula también con el desarrollo de conocimientos sobre mercadeo que fueron construyendo técnicos y huerteros, en cuanto la manera de exponer los productos, mejorar la presentación y la promoción de consumo saludable mediante degustaciones que se hacen en el mismo espacio de la Feria. Desde lo económico, la Feria significa un aporte a las familias de los huerteros/ feriantes, lo que se suma a las múltiples estrategias que éstos desarrollan. Teniendo la Feria una frecuencia mensual, y dado el volumen de productos con que cada uno asiste a la misma, no se puede cubrir de ninguna manera los ingresos necesarios de una familia para el mes; siendo otra característica el hecho de que la mayoría de los Feriantes tienen otras actividades, muchas de ellas con vínculos a la estructura estatal (planes sociales; empleados en municipios o comunas rurales; como auxiliares docentes en las escuelas, entre otras).

La modalidad de venta en formato feria no es el factor innovador que nos lleva a focalizar en la experiencia, sino el poder de los técnicos del INTA PH y los socios de la ROST en sostener y mantener un mercado solidario y agroecológico desde 1999. El mismo PH focaliza más en la producción de alimentos para una familia (seguridad alimentaria), descuidando -de alguna manera- la venta de excedentes. Por eso, la posibilidad de mantener lazos afectivos entre huerteros, artesanos, viveristas y técnicos, permitió la re-construcción de un ambiente comercial sin que sus participantes sean expertos en aspectos del mercadeo. La Feria de Huerteros de Tucumán muestra la importancia de las organizaciones de base a la hora de continuar con experiencias superadoras a las mismas intervenciones del estado. La fortaleza de la ROST se

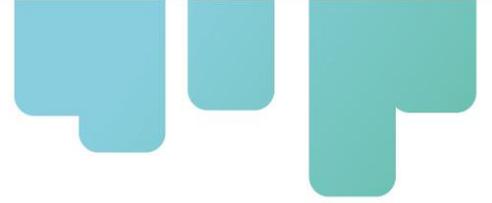


observa por su variedad y heterogeneidad de integrantes, que van desde asociaciones de productores agroecológicos hasta el Club Social que presta, como contraparte, su espacio vital como la cancha de básquet un sábado de cada mes.

Este ensamblaje de personas, conocimientos, información, permite que la feria no sea sólo una experiencia de acceso al mercado con la única finalidad del rédito económico, sino que se construya un auténtico “mercado de vínculos”, que supera las categorías clásicas de la economía. Se podría afirmar que la Feria de Huerteros es un mercado de la economía social solidaria, permitiendo la sustentabilidad de la experiencia a pesar de contextos de crisis económicas o de pandemias. La Feria revela ser un espacio de intercambio y fiesta entre huerteros de diferentes localidades de la provincia, consumidores ávidos por hortalizas frescas, aromáticas y valorización del conocimiento de los que producen esos alimentos. Es una venta de hortalizas que proviene de los excedentes de huertas familiares sostenidas por las semillas y conocimiento técnico proveniente de un programa nacional de intervención con el objetivo de alcanzar la seguridad alimentaria en el territorio nacional. El mercado es la puesta en escena de una filosofía de trabajo en equipo que fue construida y reforzada entre técnicos, huerteros y, en menor medida, consumidores. Los consumidores son un factor clave en la existencia del mercado, sin sus compras, la Feria no podría crecer. Sin embargo, no son actores activos en aspectos del mercado y menos en la gobernanza.

Dentro de las innovaciones, la feria presenta rasgos de inclusión tanto para los niños como para las mujeres. En general, los puestos están en su mayoría a cargo de feriantes mujeres (75%), y la ROST está conducida por una presidenta. El rol de la mujer en las actividades recreativas y de decoración en la feria es de gran importancia. El espacio de recreación denominado la “Huerta Mágica” muestra la capacidad de la feria para ir más allá de un espacio mercantil y educar a las generaciones futuras en la búsqueda de una alimentación sana y sustentable con el medio ambiente. En este espacio se recrea con animaciones la importancia de la producción agroecológica, el auto abastecerse con alimentos producidos en las propias huertas, se presentan las cualidades sanadoras de algunas plantas de la zona, se identifican las hortalizas de acuerdo a su período de producción, concientizando a los consumidores a la compra local y estacional de alimentos frescos. Tanto en la Huerta Mágica como en los espacios de degustación se busca rescatar tradiciones, saberes populares, se recrean recetas de comidas regionales. La recuperación de la historia, de la memoria popular y colectiva se visibiliza en cada edición de día de feria enmarcada en la fiesta del mes (diversidad cultural, día de la madre, recuperación de la soberanía en las Islas Malvinas, independencia nacional, etc. El esfuerzo por sostener estos espacios recreativos está en manos de toda la red, tanto de los técnicos de INTA como de los feriantes más activos.

La gobernanza está en manos de los huerteros y feriantes, en general y, particularmente, en los técnicos promotores del PH. El mismo Manual de Gestión de la Calidad de la Feria de los Huerteros (Anexo 6) muestra el poder ejercido por parte de los técnicos en relación al soporte a la feria en

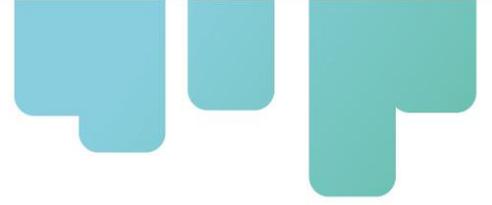


cuanto a aspectos de logística y la búsqueda de un proceso continuo de mejora de la calidad de los productos tanto en su calidad nutricional como estética. En el mismo manual se hace referencia al equipo de técnicos que han sabido traducir en la práctica los objetivos y mensajes institucionales. La gran adaptabilidad de la feria ante las permanentes modificaciones en los escenarios de contexto y coyuntura, parece atribuirse más a los promotores de PH que al resto de los actores que constituyen la feria. Sin embargo, cuando el contexto de apoyo económico y financiero por parte de las instituciones públicas, la gobernanza juega un papel importante en manos de los integrantes de la ROST y el apoyo humano y solidario por parte de los técnicos del PH ya sin herramientas de logística (camionetas, combustible, etc.).

Los feriantes tienen un gran sentido de pertenencia, las ferias representan, no sólo un complemento de ingresos, sino un espacio de encuentro donde aparece lo afectivo, el diálogo, el intercambio de intereses (feriantes/huerteros y consumidores) y el reconocimiento del trabajo en equipo. Es, en estos espacios, donde han aprendido a colaborar y comunicarse de manera constructiva, se han visualizado como actores clave en la producción de alimentos sanos, han aprendido unos de otros, incrementando los niveles de confianza, mejorando sus relaciones que se vuelven más democráticas, con más igualdad y respeto mutuo en el trato.

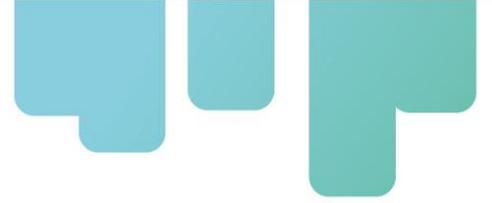
La continuidad de la Feria de Huerteros se basa en la consolidada gobernanza creada entre actores heterogéneos que priorizan el desarrollo de la Feria. Ejemplo de ello es la misma ROST que surge del trabajo conjunto con organizaciones de la sociedad civil con múltiples propósitos. Es de destacar que la historia de vínculos sociales no es lineal, las interacciones fueron y son oscilantes, de carácter fuerte y débil a la vez. A pesar de la inestabilidad de la red, los huerteros encuentran en la feria un espacio que permite visibilizarlos como actores clave para contribuir a la seguridad alimentaria. Dentro de la gobernanza se destaca la propia organización de la feria con un Consejo Asesor que está en constante interacción con los técnicos que asesoran en la producción y logística, así como con los que administran la compra de insumos y el control de las ventas en cada feria. Los equipos técnico y gerencial generan sus propias tareas para la ejecución de la feria bajo ciertos criterios. Existe la figura del árbitro que es elegida por consenso dentro del Consejo Asesor de la Feria. El árbitro debe intervenir en casos de diferencias o desacuerdos en instancias como la conformación del precio, entre clientes y feriantes, etc. En general, se toman estos episodios como oportunidades para mejorar la calidad de los productos ofertados, así como la necesidad de explicar y promocionar qué tipos de productos se ofrecen. Por ejemplo, una diferencia de precios entre cómo los huerteros llevan a cabo su producción de huevos en relación a la producción convencional, era demasiado alta para los consumidores. Esto llevó a organizar un curso de capacitación sobre costos y disminuir la diferencia de precios entre los huevos de gallinas sin confinamiento y gallinas “industrializadas”. La dinámica sobre conflictos de diferentes tipos, permitió a los técnicos del Programa Pro Huerta Tucumán conocer y avanzar en experiencias de comercialización de excedentes de huertas familiares.

La continuidad de la Feria podría atribuirse al ensamblaje social sólido que supieron construir los



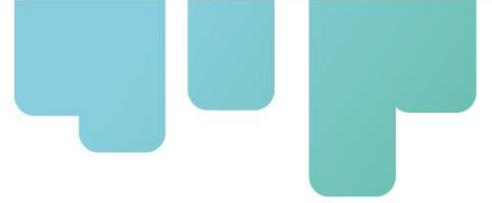
actores que creen en el potencial de la feria más allá de las ventas de excedentes. Se podría afirmar que existe una alianza entre el mercado de la feria y sus protagonistas, esa alianza sirve de “marco protector” frente a cambios de contexto (falta de presupuesto, ausencia de oferta, crisis económicas y/o sanitarias). Desde la mirada de los técnicos, se registran motivaciones que van más allá de sus propios salarios. Existe un compromiso profesional y humano con el desarrollo de la Feria en condiciones acordes en cuanto a calidad sanitaria, solidaridad y apertura hacia nuevos conocimientos. Los mismos feriantes, que se sienten muy protegidos por los técnicos del INTA, son actores clave a la hora de armar la feria trayendo sus productos, armando los stands, etc. Los feriantes valoran y reconocen claramente que la manera de organizar la feria, les permite lograr buenos volúmenes de ventas, precios que mejoran sus ingresos y permiten al consumidor alimentarse sanamente a un precio accesible. Los técnicos del PH valoran el entusiasmo de los huerteros en todas las tareas, desde la preparación del terreno hasta el momento de la venta de los productos.

La interacción entre mundos de vida diversos (técnicos, empleados estatales, huerteros, cuentapropistas, amas de casa, promotores de PH, etc.) crea nuevos conocimientos, nuevas formas de comercializar y promocionar un mercado de la economía social y solidaria. Es relevante destacar aquellas experiencias que se generaron desde y a partir de la Feria de los Huerteros, como las Ferias de Simoca, Alto Verde, Amaicha del Valle, Tafí del Valle, Plaza San Martín en la ciudad capital. Todas estas ferias -distribuidas en varios departamentos de la provincia de Tucumán- cuentan con la experiencia de los huerteros, comparten algunos puestos ya que se realizan semanalmente y se organizan teniendo en cuenta los reglamentos de su feria madre. La potencialidad de la Feria de los Huerteros está en sus compradores que se acercan mensualmente en busca de alimentos frescos, agroecológicos y a buenos precios. En paralelo, valoran este espacio como un “paseo”, un “encuentro con los productores”. En general, la feria es visitada por la gente del barrio y alrededores. De todas maneras, la promoción de la Feria a través del uso de tecnologías de información y comunicación (volantes, Facebook, WhatsApp) permite el acercamiento de clientes que viven en otros barrios y valoran la calidad de los alimentos, así como la posibilidad de comprar de manera directa a los productores. La existencia de artesanías, plantas, plantines y productos elaborados son positivamente valoradas (pan casero, comidas regionales elaboradas, embutidos, quesos, dulces, etc.). No se registra aún en la Feria de los Huerteros una activa participación de los consumidores, quienes deberían recibir más asesoramiento en relación a la estacionalidad de las ofertas, el tipo de producción que fortalece la biodiversidad y protege el medio ambiente. Los mismos consumidores y consumidoras entrevistados muestran, a través de sus opiniones, una alta potencialidad de crecimiento de la feria con el agregado de otras alternativas de venta como la entrega a domicilio y mayor promoción de la oferta agroecológica. La sustentabilidad de la Feria se registra gracias a la consolidada red creada entre técnicos y feriantes, un paso a considerar sería incorporar a los consumidores para construir una red que permita generar en Tucumán economías social y ambientalmente sustentables.

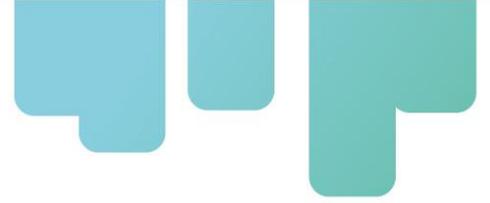


Referencias bibliográficas

- Alcántar, V. M. y Arcos, J. L. (2004). La vinculación como instrumento de imagen y posicionamiento de las instituciones de educación superior. *Revista de Investigación Educativa*, 6 (1).
- Bergeret G. 1963. *Conservas Vegetales: frutas y hortalizas*. Ed. Salvat.
- Caracciolo, Mercedes y Foti Laxalde, María del Pilar, 2003 "Economía solidaria y capital social: contribuciones al desarrollo local" 1ª ed.- Buenos Aires: Paidós
- Caravaca Barroso, I.; González Romero, G.; Silva Pérez, R. 2006. "El desarrollo local en el contexto de la globalización"; en Manzanal, M.; Neiman, G.; Lattuada; M. (Comp.) "Desarrollo Rural: organizaciones, instituciones, territorios". Buenos Aires: Ciccus.
- Cardarelli, G., rosenfeld M. 1998, "Las Participaciones de la Pobreza. Programas y proyectos sociales", Paidós. Buenos Aires.
- Casanova Correa, J., y Pavón Rabasco, F. (2002). Nuevas herramientas para el procesamiento de datos cualitativos. Recuperado de <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/6616>
- Código Alimentario Argentino. Capítulo IV Envases; capítulo V Rotulación. Capítulo X. Art. 807, 809, 810.
- Código de Prácticas de higiene para las frutas y hortalizas frescas CAC/RCR 53-2003.
- Código Internacional Recomendado de Prácticas. Principios generales de higiene de los alimentos CAC/RCP 1 – 1969, Rev. (2003). www.codexalimentarius.net
- Coraggio, J. L. 2011. "Economía Social y Solidaria: El trabajo antes que el capital." Editores: Alberto Acosta y Esperanza Martínez: 412 páginas.
- Coronado, M., Rosales, H. 2001. *Elaboración de mermeladas. Procesamiento de alimentos para pequeñas y microempresas agroindustriales*. Centro de Investigación, Educación, y Desarrollo (CIED). Editorial CIED. Lima Perú.
- Declaración de Nyéléni. 2007. Foro para la Soberanía Alimentaria. 23 - 27 de febrero. Sélingué. Mali. Disponible en <https://nyeleni.org/spip.php?article291>
- FAO. 1996. *Cumbre Mundial sobre la Alimentación*.
- García, Rolando. *Sistemas complejos: conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria* Ed. GEDISA SA. 2007
- Golsberg, C.; García, J. (2008). Implementación de un sistema de certificación participativa en el marco de la Feria de Huerteros de Tucumán. Sistematización de un proceso. Informe primera etapa. Agosto. INTA IPAF NOA.
- González, F. J. C., y Castro, E. P. D. de. (2005). Investigación cualitativa asistida por ordenador en economía de la empresa. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 11(2), 45-58.
- Grassi, Estela 2006, "Políticas y Problemas sociales en la sociedad neoliberal: la otra década infame (I)". Espacio. Buenos Aires



- Guía de Buenas Prácticas para la elaboración de conservas vegetales y de frutas. Cap. 2: Materias Primas; Cap. 4: Buenas Prácticas de Manufactura en la elaboración. Control de envases y llenado. Cap.7: Documentación.
- Gutiérrez, Alicia: “La pobreza desde adentro o las estrategias de reproducción social” Becaria FOMEC. Coordinadora del Programa de Antropología Social del Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades, U.N.C.
- INTA, 2004 “El INTA que queremos: Plan estratégico institucional 2005-2015”. Bs. As. Ediciones INTA
- INTA, 2007, “Enfoque de desarrollo territorial: documento de trabajo nº 1”. - 1a ed. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria - Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios. ISBN 978-987-521-268-8
- INTA, 2007, Proyecto específico “Gestión de competencias para la innovación productiva y organizacional para la inclusión social” (PE 3335).
- INTI. 2009. Elaboración de mermeladas, dulces y confituras. Cuadernillo para unidades de producción.
- INTI. 2011. Recomendaciones para la producción de alimentos. Cuadernillo para unidades de producción.
- Le Compte, M. D. y Preissle, J. (1993). Ethnography and Qualitative Design in Educational Research (2nd ed.). New York Academic Press.*
- Lobo, A. (2008). Presentación de la ROST. Seminario Regional de Capacitación en Economía Social, Horco Molle. Tucumán.
- Manual de Orientación para el Emprendedor Alimentario. Recomendaciones para manipuladores de alimentos. Pág. (18). Buenas Prácticas de Manufactura, Pág. (17).
- Marini, C. 2006. Riesgos de conservas caseras y artesanales sin controles adecuados. Columnas-Delicias Peligrosas. Disponible en www.agroalternativo.com.ar
- MERCOSUR. Reglamento Técnico MERCOSUR sobre las condiciones higiénico sanitarias y de buenas Prácticas de elaboración para establecimientos elaboradores/ industrializadores de alimentos. Res. Nº 80/96
- Ministerio de Agroindustrias. Alimentos Argentinos. 2005. Guía para las Buenas Prácticas de Manufactura. Manual HACCP. Edición División
- Oszlak, O., 2011. EL ROL DEL ESTADO: MICRO, MESO, MACRO. Conferencia dictada en el VI Congreso de Administración Pública organizado por la Asociación Argentina de Estudios de Administración Pública y la Asociación de Administradores Gubernamentales, Resistencia, Chaco, 7 de julio de 2011.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research y Evaluation Methods*. SAGE.
- PRO HUERTA 2011 Plan operativo anual 2011, <http://prohuerta.inta.gov.ar/institucional>
- Pro Huerta Tucumán. (2009). Sistematización del Proyecto Promoción de alternativas de comercialización de excedentes de las huertas familiares y comunitarias del Pro Huerta Tucumán.
- Ríos, Alejandro, 2004, “Factores que aportan a la sostenibilidad de un programa de apoyo al sector de pobres rurales y urbanos marginales; en Ríos, A. et. al. Formación de



- profesionales para el desarrollo: diagnósticos y propuestas. ISBN 987-43-8225-2. Tucumán.
- Rovira, J. (2008). Presentación de la ROST. Seminario Regional de Capacitación en Economía Social, Horco Molle. Tucumán.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., y Lucio, P. B. (1991). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Sánchez, J. (1993). Marco teórico: el cambio educativo y el desarrollo profesional cooperativo. Evaluación y desarrollo profesional docente. Universidad de Oviedo y Departamento de Ciencias de la Educación.
- Satriano, C. y Moscoloni, N. (2000). *Importancia del análisis textual como herramienta para el análisis del discurso*. Cinta moebio 9: 287-306
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Secretaría de Políticas Agropecuarias y Alimentos. Dirección Nacional de Alimentos. 2005. Procedimiento para la elaboración del protocolo de productos. Sello argentino.
- Yannuzzi, María de los Ángeles, 2007, "Estado y sociedad en la era global", FCP y RRII, UNR, Rosario, 2007.
- Yubero, S., Caride. J. y Larrañaga, E. (2008). *Sociedad educadora, sociedad lectora*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Zelaya, J., Fortini, L., y Lazarte, M. (2015). *Manual de Gestión de la Calidad de la Feria de los Huerteros de Tucumán (1º)*. Famaillá, Tucumán: Ediciones INTA.



Instituciones participantes



Secretaría Técnica Administrativa



Con el apoyo de:



www.fontagro.org

FONTAGRO
Banco interamericano de Desarrollo
1300 New York Avenue, NW, Stop
W0502, Washington DC 20577
Correo electrónico: fontagro@iadb.org