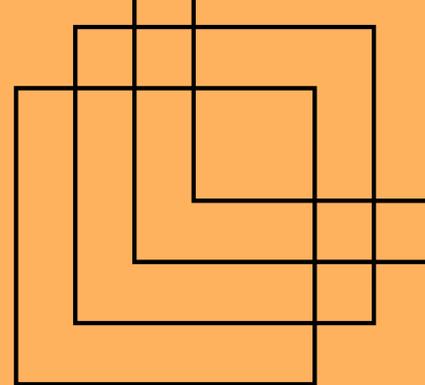




CHPNA

Comisión Honoraria
del Plan Nacional
de Agroecología



∇ TALLER VIRTUAL

EJE 2

Acceso, consumo y
comercialización

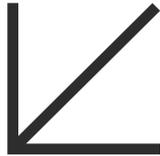
+

Junio 2023

PROGRAMA

- 18:00 hs** **INGRESO A SALA ZOOM,
BIENVENIDA Y PROGRAMA**
- 18:15 hs** **PRESENTACIONES DE EXPERIENCIAS
DE ACCESO, COMERCIALIZACIÓN Y
CONSUMO DE URUGUAY, BRASIL Y
ARGENTINA**
- 19:15 hs** **RONDA DE PREGUNTAS**
- 19:30 hs** **INTERCAMBIO EN SUBGRUPOS**
- 20:05 hs** **PRESENTACIÓN EN PLENARIA DEL
TRABAJO EN SUBGRUPOS E
INTERCAMBIO**
- 20:30 hs** **CIERRE DEL TALLER**

INTRODUCCIÓN



El día 22 de junio de 2023 se desarrolló un taller virtual del Eje 2: "Acceso, consumo y comercialización" del Plan Nacional de Agroecología, con el fin de generar insumos para el desarrollo de políticas públicas vinculadas al eje

OBJETIVOS



+ Conocer las fortalezas y debilidades de cuatro experiencias de acceso consumo y comercialización de Uruguay, Argentina y Brasil.

+ Generar un intercambio sobre las fortalezas, debilidades y oportunidades de las acciones de acceso, consumo y comercialización que se desarrollan en Uruguay, entre los diferentes actores.

+ Presentar y sistematizar el trabajo grupal para generar insumos para el desarrollo de políticas públicas.

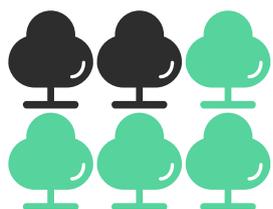


PRESENTACIONES

Con el objetivo de generar insumos para el desarrollo de políticas públicas vinculadas al eje se realizaron cuatro presentaciones, de dos experiencias de Uruguay, una de Argentina y una de Brasil. Las presentaciones se centraron en las debilidades y las fortalezas de diferentes experiencias de acceso, comercialización y consumo.



La primera presentación estuvo a cargo del alcalde de Atlántida Gustavo González, quien presentó la experiencia del Mercado de Cercanía. Los antecedentes, las fortalezas y las debilidades del mismo.



La siguiente presentación estuvo a cargo de Álvaro Gancio, productor agroecológico con 24 años de experiencia, quien presentó la Feria del Parque Rodó, las canastas y la reciente Eco Tienda.



Beto Palmeira de la dirección nacional del Movimiento de Pequeños Agricultores de Brasil presentó las experiencias de comercialización, haciendo énfasis en la seguridad alimentaria.

Luego Antonio Lattuca de Rosario (Argentina), con 36 años de experiencia en el municipio, presentó la feria verde, la agroecología urbana y el almacén rural.

[Ver presentación aquí](#)



PREGUNTAS

Luego de las exposiciones, los participantes pudieron hacer preguntas a los expositores, previo a la instancia de intercambio.

1. Natalia Bajsa – Red de Agroecología

¿la financiación externa se mantiene? ¿Cómo se accedió al predio para instalar el mercado? Gracias, muy clara la presentación.

Respuesta de Gustavo:

El predio sigue siendo público, y es auto sustentado el funcionamiento. Los productores generan a través de un porcentaje de las ventas un fondo de inversión que permite hacer mejoras, propaganda, actividades y un fondo de solidaridad. Los servicios los paga el gobierno de Canelones y el predio también tiene otro proyecto de cocina comunitaria con un local habilitado. La inversión primaria fue OPP, IC, Municipio.

2. Florencia Muniz – Udelar

¿Quería saber cómo definen el precio de los alimentos, y si hay diferenciación entre agroecológicos y convencionales?.

Respuesta de Gustavo:

Sí, hay diferencias de precios entre productos, sí hay diferenciación y regulación, está estipulado que sean producción familiar y no reventa.

3. Fernando Rabellino – Afrupi

Una consulta. Los productores que participan en las distintas ferias son los mismos o son diferentes en cada feria.

Claudia Sánchez – Intendencia Canelones

¿Cuando decís multiplicar las ferias, serían exclusivamente AE? ¿o podrían ser espacios dentro de las ferias tradicionales u otros mercados por ejemplo?

Respuesta de Álvaro:

La feria de Parque Rodó solo para productores/as de la red de agroecología. Otros productores están integrados a la feria común Ej. Aldea Avatí. La idea de las ferias de agroecología es que sean diferenciadas. Los compañeros que ya están integrados a otras ferias se los apoya también (ej: en difusión).



PREGUNTAS

Luego de las exposiciones, los participantes pudieron hacer preguntas a los expositores, previo a la instancia de intercambio.

4. Fernando Rabellino – Afrupi

Y cuando dice que han crecido la cantidad de productores familiares agroecológicos se tiene una proporción de cuanto ha sido el crecimiento.

Respuesta de Álvaro

No se tiene cuantificado. En los inicios, año 90, éramos un puñado y ahora pasamos los 200. Han cambiado las características de los productores. Al inicio eran pocos que solo se dedicaran a este tipo de producción. Ha habido mucho crecimiento en capacidad productiva y que sea solo ese su ingreso. Empezaron a ser huerteros. Solo algunos estaban 100% dedicados a abastecer supermercados. Ahora hay más que solo se dedican a la producción agroecológica. Se ha ganado en sabiduría. Antes no había mucho apoyo de la academia (udelar – INIA). Ahora hay muchas más herramientas, tenemos más seguridad. Hace 25 años que vivo de esto, al principio teníamos que dar pruebas de que era sustentable, ahora no hay dudas,

5. Fernando Rabellino – Afrupi

¿Cuándo te refieres a que las multinacionales controlan el mercado, esas multinacionales son del sector primario de la producción, intermediarios o ambos?

Respuesta de Beto:

Las multinacionales controlan la distribución, pero desde hace unos 20 años los campesinos producen para las multinacionales, hubo una integración, esto hace que las MN definan los precios de los alimentos. Ej: en el sur en el sector de proteínas, en Río de Janeiro la ML financia la producción de hortalizas, financian los campesinos para sembrar maíz para producir harina. Otro ejemplo es el caso de Danone que financia a campesinos de la zona donde extrae agua para comercialización para que transicionen a orgánico, además venden su producción directamente en la cadena de Carrefour, y mejora la calidad del agua que luego exporta Danone.



PREGUNTAS

Luego de las exposiciones, los participantes pudieron hacer preguntas a los expositores, previo a la instancia de intercambio.

6. Florencia Muniz – Udelar

¿Los/as alimentos que se comercializan en las ferias en las favelas, dónde se producen? mi pregunta apunta a entender cuanto se trasladan los alimentos y como es la logística. Muchas gracias.

Respuesta de Beto:

Los alimentos los producen los campesinos en las favelas, algunos alimentos se traen de otros departamentos cerca (ej: arroz, frijoles), pero la gran mayoría son producidos a 150 kms de la ciudad (una hora y media de traslado), toda la parte horti-fruti se produce allí.

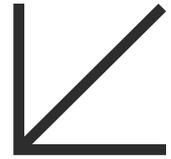
7. Mauricio Passeggi – Red de Huertas Comunitarias

¿Hay algún tipo de coordinación entre los huerteros de cada feria para cubrir los rubros de estación que habitualmente tienen demanda?

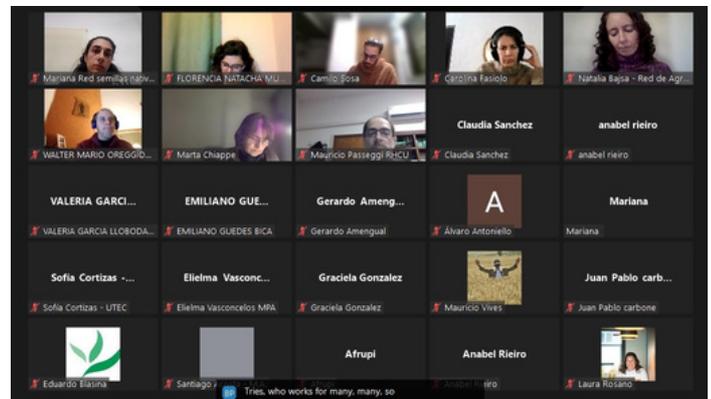
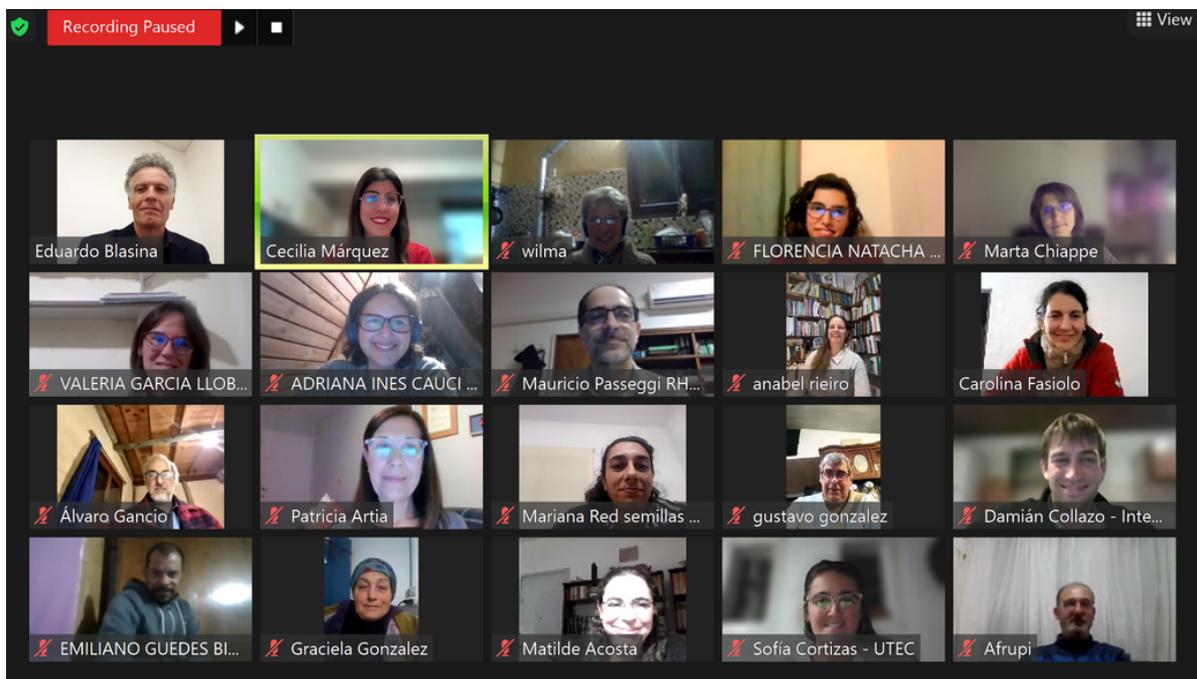
Respuesta de Antonio:

Todos producen más o menos lo mismo, verduras de estación. También plantines y panificación. Todos producen varias verduras, hay poca fruta, algo de citrus. Verduras de estación (de raíz, de hoja, de fruta). Algo de papa y batata.

Al final de la sección de preguntas se mencionó que el rol de las mujeres en la comercialización no pudo dejarse explícito en las exposiciones y se resaltó que es necesario trabajar transversalmente género y generaciones en el PNA.



FOTOGRAFÍAS DE LA ACTIVIDAD





INTERCAMBIO

Luego de las presentaciones se dividió a los asistentes en cuatro grupos, donde se realizó un espacio de intercambio en torno a cuatro preguntas que se sistematizaron a continuación. Estas preguntas fueron enviadas con anticipación a los delegados y las delegadas de cada organización que se inscribieron previamente

- 1 ¿Qué acciones favorecen la promoción y el acceso a productos agroecológicos en Uruguay?
- 2 ¿Qué acciones perjudicaron la promoción y el acceso a productos agroecológicos en Uruguay?
- 3 ¿Qué acciones estatales son necesarias para levantar las limitantes actuales?
- 4 ¿Qué podemos aportar desde nuestras instituciones?



1 ¿QUÉ ACCIONES FAVORECEN LA PROMOCIÓN Y EL ACCESO A PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN URUGUAY?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 1**

- **Circulación y disponibilidad de información sobre los beneficios** que tiene consumir productos agroecológicos a nivel de la salud, ambiental. Es una herramienta que nos ayuda a permanecer en nuestro sitio de producción y representa beneficios sociales.
- **Existencia de puntos de comercialización fijos**, genera una identidad, son puntos de referencia para los consumidores. Mostrar estrategias positivas, pensar en turismo agroecológico. Transmitir información a técnicos (personal de salud, de medios de comunicación) de la manera de producir y no solo del alimento.
- **Tenemos una normativa de producción orgánica**. De pronto limita y asusta a productores a sumarse por la fiscalización y el control, pero protege de la competencia ilegítima. Existen articulaciones que el estado tiene asumidos como las compras públicas, ejemplo, el plus del precio para productos diferenciados. Que el Estado se haya involucrado en la certificación es importante ya que demuestra un compromiso en la producción. Además, sacó un costo de certificar producción integrada porque ahora la auditoría es gratis y eliminó el costo de la certificadora ya que antes había que pagarle a una empresa.
- **Trabajamos una certificación que nos permitió un crecimiento importante y permitió el manejo de la información a nivel horizontal entre los productores, junto con técnicos** nos certificamos entre nosotros. Para los productores fue la forma de horizontalizar el conocimiento. Era obligatorio para los productores participar en las visitas de certificación y eran las instancias de crecimiento con respecto al manejo de la información, una manera de compartir conocimientos. Se corrigen errores sin mala intención, no lo manejamos como una policía de lo orgánico.

1 ¿QUÉ ACCIONES FAVORECEN LA PROMOCIÓN Y EL ACCESO A PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN URUGUAY?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 2**

- **Mercados de cercanía, ferias vecinales.** Resultados positivos para productores.
- **Capacitaciones para grupos de mujeres rurales:** conservas, etc.
- **Acompañamiento** desde la Red de Agroecología del Uruguay.
- **Educación al consumidor:** escuelas y liceos. Estacionalidad del producto, qué se produce en Uruguay. Son vehículo para las familias.
- **Huertas educativas en liceos y escuelas** como forma de introducir la Agroecología.
- **Visibilizar el trabajo desde la Agroecología** para acercar a la gente al trabajo de la huerta, fomentar la participación en ferias, elaboración de subproductos.
- **Talleres**
- **Cocinas comunitarias,** para darle valor a los productos.
- **Articular entre las distintas asociaciones sociales: agrocultor-consumidor.** No solo la relación desde el punto de vista comercial, si no también para valorizar el producto.
- **Comunicar sobre la importancia de los alimentos agroecológicos.**

1 ¿QUÉ ACCIONES FAVORECEN LA PROMOCIÓN Y EL ACCESO A PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN URUGUAY?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 3**

- **Compras públicas** (podría favorecer)
- **Comedores escolares, ollas populares, centros de salud a poblaciones con menor posibilidad de acceso** (Ej. huertas comunitarias en ollas populares, Sembrando Soberanía, banco de alimentos - Municipio Atlántida)
- **Relación con la salud**
- **Acceso:** promover en más lugares (resiliencia)
- **Fomento y promoción de mercados locales y de cercanía** (ferias, canastas, involucramiento de consumidores)
- Que los espacios de comercialización sean un **espacio cultural y social**
- **Agregado de valor** (ej. lavado, preparado, cocina)
- **Promoción, difusión, educación en alimentación saludable, consumo responsable**, ej. en huertas educativas

1 ¿QUÉ ACCIONES FAVORECEN LA PROMOCIÓN Y EL ACCESO A PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN URUGUAY?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 4**

- **Promover los mercados, las ferias en los barrios, de cercanía.**
- **Acercar a la gente a los lugares de la producción,** existe una brecha entre el campo y la ciudad, conocer ¿qué hay detrás del alimento? Reconocer los aspectos que existen en todo el proceso del alimento, valorar quiénes lo producen, etc.
- **Capacitar** al productor/a para conservar, elaborar y complementar la producción.
- **Grupos organizados, la autoorganización,** que existan grupos de producción y consumo autoorganizados.
- **Colocar el debate de la esfera pública,** mayor información sobre los beneficios de los alimentos agroecológicos (pero no solo) de la salud, territorio frente a los convencionales.
- **Recomponer el tejido que involucra al alimento** en cuanto al vínculo, que no quede liberado al acceso individual.
- **Retomar los acumulados** a través de las experiencias de grupos organizados como Red de Agroecología, Redes de Semillas, etc.
- **Desarrollo de actividades de capacitación y formación.** Capacitación a los grupos de mujeres rurales de cómo presentar y conservar los productos. Capacitar en la parte de comercialización.

2 ¿QUÉ ACCIONES PERJUDICAN LA PROMOCIÓN Y EL ACCESO A PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN URUGUAY?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 2** (el grupo 1 respondió esta pregunta junto con la pregunta 1)

- **Mercado muy chico y con mucha oferta** de productos producidos de forma convencional, que si los precios son menores que los de producción agroecológica, **la gente prioriza el costo.**
- **Suspensión de la certificación de los Sistemas Participativos de Garantías**, perjudicó al grupo de productores
- **Falta de normativa bromatológica**, se aplicaron hasta ahora las mismas que para las grandes industrias. Recién a partir de este año existe una reglamentación nacional, pero no esta **dirigida hacia la producción familiar agroecológica.**
- **Los productores son los que tienen que pagar la certificación** de que sus productos son limpios y sanos. Además, hay que pagar impuestos para comprar insumos, mientras que algunos agroquímicos para producción convencional están exentos.
- **Contaminación de semillas criollas por semillas transgénicas.** No hay restricciones para plantar semillas transgénicas. limitante para producir cultivos limpios de transgénicos, por ejemplo maíz o trigo.
- **Contaminación de agua.**
- **Falta de investigación, educación y extensión.** Faltan investigaciones de largo plazo orientadas a los sistemas agroecológicas. Enseñanza muy concentrada al igual que las acciones de extensión.
- **Políticas públicas: asimetría** entre los beneficios que se le brindan a los productores convencionales respecto a los agroecológicos en: falta de incentivos comerciales, publicitarios, ley de inversiones, financiamiento.
- **Falta de promoción a nivel de los consumidores:** alimentación sana, beneficios de los productos agroecológicos.
- **Falta de información accesible para conocer los puntos de acceso a los productos agroecológicos.**

2 ¿QUÉ ACCIONES PERJUDICAN LA PROMOCIÓN Y EL ACCESO A PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN URUGUAY?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 3**

- **Pérdida de la certificación de Sistemas Participativos de Garantías.**
- **No inclusión de Agroecología en compras del Estado** (compras específicas de producción agroecológica).
- **Falta de presupuesto** para el Plan Nacional de Agroecología **y apoyo en general.**
- **Menor investigación nacional y formación.**
- **Disminución al acceso a la tecnología y herramientas de uso colectivo que antes había.**
- **Acciones publicitarias de grandes empresas que generan confusión** (criterios estético del alimento).
- **Falta de control de residuos de plaguicidas** para informar a consumidores de su presencia en alimentos.
- **Algunos aspectos normativos** Ej. producción y comercialización de productos animales con retraso en la normativa.

2 ¿QUÉ ACCIONES PERJUDICAN LA PROMOCIÓN Y EL ACCESO A PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN URUGUAY?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 4**

- **Poca información, poca promoción.** El poco reconocimiento de la Agroecología por parte del Estado a través de sus políticas. Se debería facilitar más.
- **Poco apoyo a grupos barriales de consumidores.**
- **La competencia** que se da a través del precio, dentro de la compra a productores agroecológicos pero también en relación al mercado.
- **El costo** que implica para los productores/as, alambrados, otras tecnologías necesarias.
- **Política pública limitada a herramientas y recursos.**
- **El desarrollo de conocimiento e información muy fragmentados y limitados** en cuanto a recursos, avance lento.
- **Tema que se encuentra en omisión en la agenda pública.**
- En cuanto a la producción limita y **genera costos extra la “convivencia” con producción convencional**, ejemplo muerte de abejas, contaminación con pesticidas, etc.
- **Las corporaciones persuaden sobre los alimentos a los consumidores “urbanos”, “estética” de la salud y del alimento, lo barato, lo “saludable”** que contribuyen a los consumos de otros productos no saludables o el alimento “perfecto” en cuanto a imagen que no corresponde a una realidad agroecológica.
- **El supermercadismo** que ofertan agroecológicos más caros y no se encuentran en todos los barrios, **se da una estratificación de estos alimentos.**

3

¿QUÉ ACCIONES ESTATALES SON NECESARIAS PARA LEVANTAR LAS LIMITANTES ACTUALES?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 1**

- **Incrementar el presupuesto del Plan Nacional de Agroecología.**
- **Favorecer el desarrollo del conocimiento en los rubros en los que la producción agroecológica tiene mayores dificultades.** Ej. zanahoria, fruta de hoja caduca.
- **Llamados o convocatorias para investigar sobre los impactos de la producción y el consumo.**
- **Cooperativas que vendan su producto diferenciado** para que el consumidor tenga oportunidad de ir a un centro de compras y hacer visible el producto y de comprar y diferenciar el producto.
- **Fortalecer ventas al Estado.**
- **Adaptar y mejorar las normas bromatológicas** para la fabricación artesanal de procesados.
- **Tener espacios habilitados para la faena animal.** Enviar un representante de la CHPNA al espacio donde se está debatiendo eso.
- **Mayor acompañamiento técnico** para la transición productiva y la comercialización.

3

¿QUÉ ACCIONES ESTATALES SON NECESARIAS PARA LEVANTAR LAS LIMITANTES ACTUALES?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 2**

- **Fomento de aspectos económicos y acceso a la tierra.**
- **Establecer y fomentar el desarrollo de canales de diálogo y co-construcción de políticas** entre el Estado y las organizaciones sociales, de manera de fomentar una mayor participación de productores /as y consumidores /as de alimentos agroecológicos en la toma de decisiones sobre los sistemas de producción de alimentos.
- **Otorgar créditos y planes de financiación específicos** para la agroecología
- **Fomentar actividades académicas, de investigación, extensión y capacitación** relacionadas a la agroecología.
- **Incluir** los alimentos producidos en forma agroecológica **en la guía de alimentación sana y saludable del MSP** o en las adecuaciones de esa guía en futuras ediciones.
- **Desarrollar una Campaña Nacional de concientización y promoción sobre consumo responsable y alimentación saludable** por parte de instituciones tales como Ministerio de turismo, policlínicas locales, MGAP, MSP, entre otros. En ese marco, promover la producción agroecológica y el consumo de alimentos agroecológicos.
- **Generar Planes locales de abastecimiento** de productos agroecológicos, implementados en base a análisis previo del comportamiento de los sistemas de abastecimiento relacionados con los alimentos de la canasta básica y las características locales (producción-distribución consumo)
- **Dirigir las compras estatales a la producción familiar** Agroecológica (hospitales, caif, escuelas).
- **Políticas públicas** dirigidas a productores para que puedan tener cámaras donde **conservar la producción**, incentivos para la producción de **biogás y energías renovables**.
- **Fomento para la producción de bioinsumos** en plantas compartidas.
- **Fomento para la obtención de maquinaria de pequeño porte** y que se puedan compartir en grupos de pequeños productores.

3

¿QUÉ ACCIONES ESTATALES SON NECESARIAS PARA LEVANTAR LAS LIMITANTES ACTUALES?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 2 (continuación)**

- **Incluir la compra por parte del Estado** de alimentos producidos en forma agroecológica en la Ley de compras públicas para la agricultura familiar. Dentro del 30% que se debe de comprar a productores familiares, se propone considerar la compra de un porcentaje de productos agroecológicos (por ejemplo, entre 10 a 15%), priorizando a la población más vulnerable.
- **Realizar un mapeo de productores/as, consumidores/as y puntos de venta** con un registro de cantidad de productores/as, alimentos producidos y su evolución a lo largo de los años. En este sentido, se considera importante tomar como insumo y actualizar la encuesta desarrollada por Soriano (2012) y relevamiento de circuitos de comercialización de productos orgánicos y agroecológicos que se viene desarrollando desde el Departamento de CCSS de Facultad de Veterinaria.
- **Estimular la creación de mercados de cercanías** con productos agroecológicos en localidades con población mayor a 5000 habitantes. Esto da visibilidad y permite estimular la transición hacia sistemas agroecológicos. Se deben identificar zonas estratégicas donde colocar estos mercados para evitar que lo/as productores/as tengan que trasladarse largas distancias.
- **Fomentar la incorporación de TICs para la comercialización .**
- **Fomentar y restablecer la certificación agroecológica mediante Sistemas Participativos de Garantía.**
- Implementar **análisis de residuos de frutas y verduras convencionales y agroecológicas**, y difundir los resultados en forma periódica y accesible.

3

¿QUÉ ACCIONES ESTATALES SON NECESARIAS PARA LEVANTAR LAS LIMITANTES ACTUALES?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 3**

- **Compras públicas, incorporación de Agroecología**, ej. cuotas; para hospitales, escuelas
- **Apoyos en aspectos logísticos e infraestructura** a estos canales de comercialización.
- **Investigación:** priorizar líneas de trabajo específicas en Agroecología.
- **Promoción** en general.
- **Fortalecimiento de organizaciones.** Capacitación en trabajo colectivo (relacionamiento, trabajo asociativo).
- **Controles estricto de residuos de productos químicos** en alimentos y acceso a la información.
- **Prohibición de ciertos productos químicos.**
- **Campaña nacional de consumo responsable y alimentación saludable**, incluyendo promoción de la agroecología.
- **Incluir alimentos agroecológicos en guías de alimentación** del Ministerio de Salud Pública.
- **Legitimar la certificación ecológica por Sistemas Participativos de Garantía** que es una forma más accesible de llevar a cabo la certificación.

3

¿QUÉ ACCIONES ESTATALES SON NECESARIAS PARA LEVANTAR LAS LIMITANTES ACTUALES?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 4**

- **Certificación participativa**, se ha puesto trabas, no reemplazar a esta aunque el Estado pueda generar otra forma de certificación.
- **Eliminar nuevas exigencias en cuanto a la certificación.**
- **Facilitador para la opinión pública en cuanto al conocimiento.**
- **Evitar el daño a la producción agroecológica frente a la producción de transgénicos o convencional** sobre la producción agroecológica.
- **Presupuesto acorde del Plan Nacional de Agroecología.**
- **Ley de compras públicas**, es necesario que se incorpore la producción agroecológica.

4

¿QUÉ PODEMOS APORTAR DESDE NUESTRAS INSTITUCIONES?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 1**

- **Incluir en la currícula el paradigma de la agroecología.** Mejorar la coordinación en la interna de la Udelar. Investigar impactos en la salud, en lo ambiental, en lo social y en lo económico, para que el paradigma crezca en la Udelar y se reorganice y adquiera visibilidad.

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 3**

- Aporte de las organizaciones desde hace años, **promover y difundir**
- **Incorporación de Agroecología en formación, extensión e investigación de Udelar, junto con las organizaciones**
- **Abordaje interdisciplinario**
- **Agroecología: transversal en los cursos de grado de la Udelar**
- **Apoyar al trabajo asociativo y canales cortos de comercialización**
- **Generar información sobre limitantes actuales**
- **Aportar a tecnologías de proceso**

4

¿QUÉ PODEMOS APORTAR DESDE NUESTRAS INSTITUCIONES?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 2**

- **Red de Agroecología del Uruguay:** experiencia del hacer, info, conocimiento, pasantías en chacras, conexiones con otros grupos, grupos de consumidores y técnicos. experiencia de los SPG, forma autogestionada que los productores pueden demostrar que sus productos son agroecológicos y las chacras abiertas para consumidores.
- **Intendencia de Canelones:** difundir mercados de cercanía, promover la extensión de prácticas agroecológicas, colaborar en la transición de productores, promover el cuidado de los recursos naturales, en particular del agua.
- **Udelar:** Desarrollo de las funciones universitarias priorizando la agroecología y la soberanía alimentaria.
- Fortalecer el diálogo institucional con los proyectos y acciones del PNA, procurando la toma de decisiones y la generación de acciones que permitan el desarrollo del mismo.
- Realizar un relevamiento del estado de situación (actividades y proyectos en curso) de la agroecología a la interna de la Udelar.
- Fomentar en los ámbitos de gestión institucional, la incorporación de la agroecología en las propuestas académicas de los servicios.
- Incentivar a la interna de la Udelar la conformación de grupos de trabajo y propuestas académicas integrales e interdisciplinarias vinculadas a la agroecología.
- Mayor articulación con organizaciones de productores/as agroecológicos/as, para poder desarrollar las 3 funciones universitarias.

4 ¿QUÉ PODEMOS APORTAR DESDE NUESTRAS INSTITUCIONES?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 2**

- **Red de Agroecología del Uruguay:** experiencia del hacer, info, conocimiento, pasantías en chacras, conexiones con otros grupos, grupos de consumidores y técnicos. experiencia de los SPG, forma autogestionada que los productores pueden demostrar que sus productos son agroecológicos y las chacras abiertas para consumidores.
- **Intendencia de Canelones:** difundir mercados de cercanía, promover la extensión de prácticas agroecológicas, colaborar en la transición de productores, promover el cuidado de los recursos naturales, en particular del agua.
- **Udelar:** Desarrollo de las funciones universitarias priorizando la agroecología y la soberanía alimentaria.
- Fortalecer el diálogo institucional con los proyectos y acciones del PNA, procurando la toma de decisiones y la generación de acciones que permitan el desarrollo del mismo.
- Realizar un relevamiento del estado de situación (actividades y proyectos en curso) de la agroecología a la interna de la Udelar.
- Fomentar en los ámbitos de gestión institucional, la incorporación de la agroecología en las propuestas académicas de los servicios.
- Incentivar a la interna de la Udelar la conformación de grupos de trabajo y propuestas académicas integrales e interdisciplinarias vinculadas a la agroecología.
- Mayor articulación con organizaciones de productores/as agroecológicos/as, para poder desarrollar las 3 funciones universitarias.

4 ¿QUÉ PODEMOS APORTAR DESDE NUESTRAS INSTITUCIONES?

Durante el intercambio en los subgrupos surgieron las siguientes reflexiones en el **Grupo 2**

- **Red de Agroecología del Uruguay:** experiencia del hacer, info, conocimiento, pasantías en chacras, conexiones con otros grupos, grupos de consumidores y técnicos. experiencia de los SPG, forma autogestionada que los productores pueden demostrar que sus productos son agroecológicos y las chacras abiertas para consumidores.
- **Intendencia de Canelones:** difundir mercados de cercanía, promover la extensión de prácticas agroecológicas, colaborar en la transición de productores, promover el cuidado de los recursos naturales, en particular del agua.
- **Udelar:** Desarrollo de las funciones universitarias priorizando la agroecología y la soberanía alimentaria.
- Fortalecer el diálogo institucional con los proyectos y acciones del PNA, procurando la toma de decisiones y la generación de acciones que permitan el desarrollo del mismo.
- Realizar un relevamiento del estado de situación (actividades y proyectos en curso) de la agroecología a la interna de la Udelar.
- Fomentar en los ámbitos de gestión institucional, la incorporación de la agroecología en las propuestas académicas de los servicios.
- Incentivar a la interna de la Udelar la conformación de grupos de trabajo y propuestas académicas integrales e interdisciplinarias vinculadas a la agroecología.
- Mayor articulación con organizaciones de productores/as agroecológicos /as, para poder desarrollar las 3 funciones universitarias.

CIERRE



Luego del intercambio, Eduardo Blasina coordinador de la Comisión Honoraria del Plan Nacional de Agroecología realizó el cierre de la actividad.

PARTICIPANTES

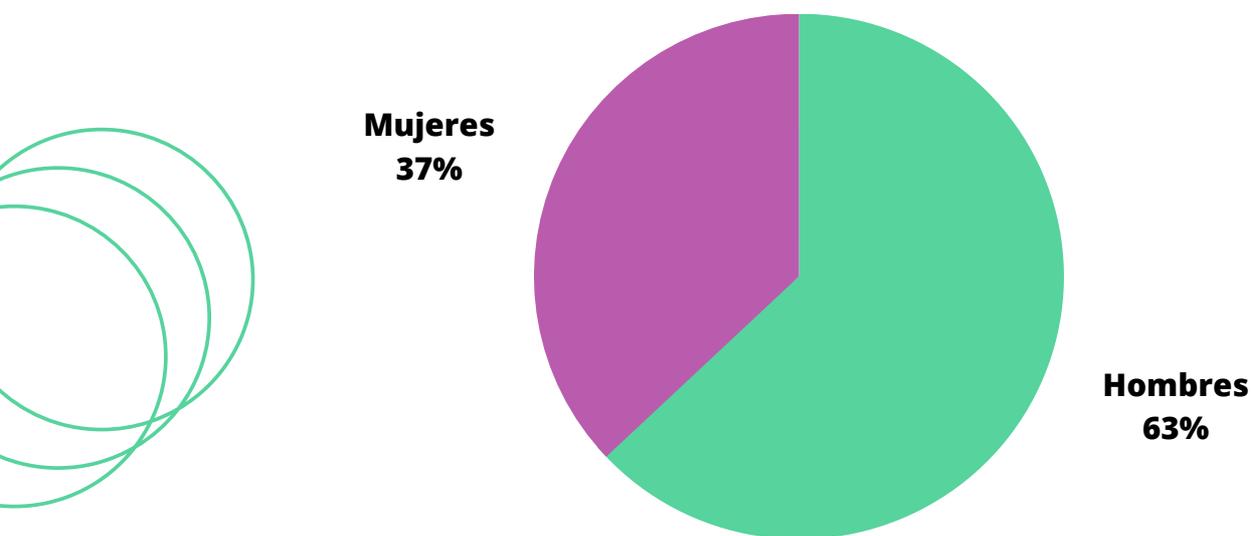


Nombre	Organización	Grupo
Álvaro Gancio	Red de Agroecología	1
Camilo Sosa	UTEC	1
Fernando Rabellino	Afrupi	1
Florencia Muniz	Udelar	1
Gerardo Amengual	Intendencia de Canelones	1
Mauricio Passeggi	Red de Huertas Comunitarias	1
Andrés Taberne	Mides	2
Carolina Fasiolo	INIA	2
Damián Collazo	Intendencia de Canelones	2
Graciela Gonzalez	Red de Semillas	2
Laura Rosano	Red de Agroecología	2
Marta Chiappe	Udelar	2
Wilma Rossi	Red de Huertas Comunitarias	2
Álvaro Antoniello	Huerta Comunitaria	3
Emiliano Guedes	Udelar	3
Juan Pablo carbone	Red de Agroecología	3
Mauricio Vives	Red de Semillas	3
Miguel Grillo	Grupo Hortícola de Durazno	3
Valeria García	Udelar	3
Yaqueline De Amores	Red de Semillas	4
Anabel Rieiro	Asobaco	4
Claudia Sanchez	Intendencia de Canelones	4
Eduardo Blasina	MGAP	4
Gustavo Ferreira	Udelar	4
Joaquín García	Red de Semillas	4
Santiago Acosta	Ministerio de Ambiente	4
Walter Oreggioni	Udelar	4

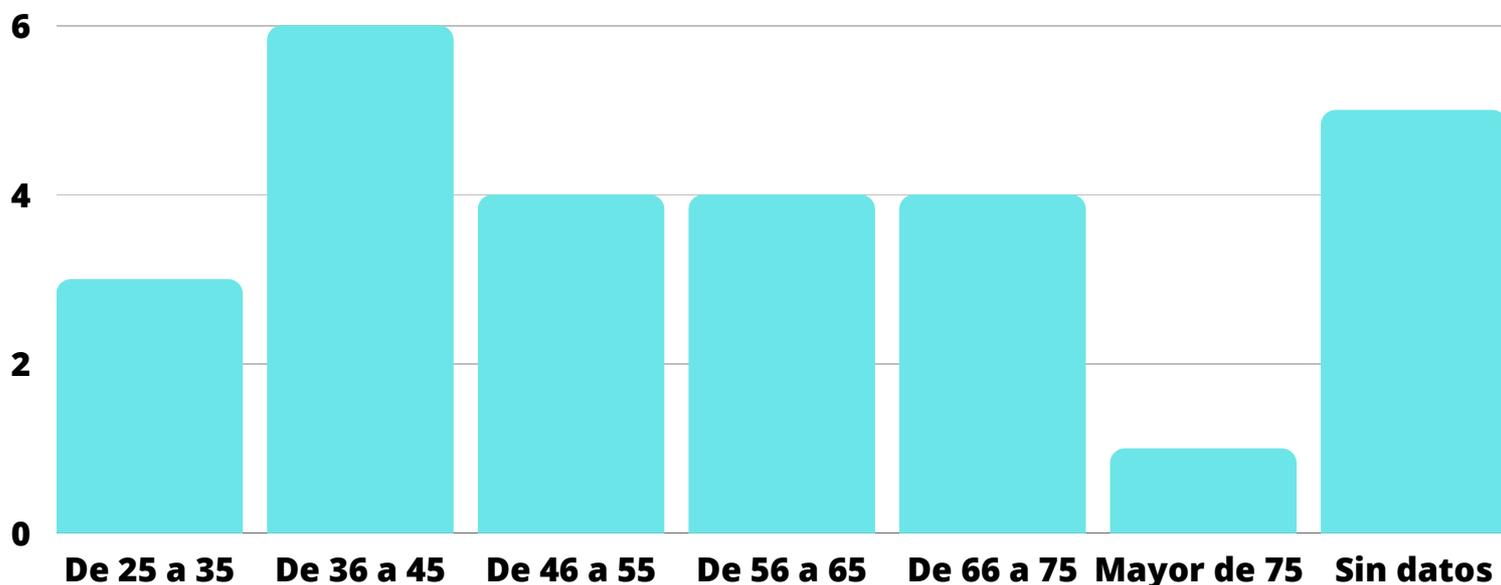
PARTICIPANTES



Si bien en las inscripciones, el porcentaje de distribución por género fue de 46% mujeres y 54% hombres, al momento de la participación fue de 10 mujeres y 17 hombres:



La distribución por edad de los/as participantes fue la siguiente:



EQUIPO



Para la organización del taller se conformó un equipo de trabajo, quienes tuvieron los siguientes roles:

Nombre	Rol	Grupo
Antonio Lattuca (Rosario - Argentina)	Expositor	
Beto Palmeira (MPA - Brasil)	Expositor	
Elielma Vasconcelos (MPA - Brasil)	Expositor	
Gustavo González	Expositor	
Álvaro Gancio	Expositor	
Mariana Pérez	Moderadora	1
Patricia Artia	Moderadora	1
Natalia Bajsa	Moderadora	2
Sofía Cortizas	Moderadora	3
Adriana Cauci	Moderadora	4
Matilde Acosta	Moderadora	
Cecilia Márquez	Moderadora	



ANEXO



Previo al taller se enviaron las preguntas que se realizaron en el espacio de intercambio, se recibieron 10 respuestas de las siguientes organizaciones:



Udelar CENUR Noreste Depto. CCEE Area Social y Artística
Universidad Tecnológica (UTEC)
Congreso de Intendentes - Intendencia de Canelones
Universidad de la República (Udelar)
Red de Agroecología del Uruguay
Asociación Barrial de Consumo (Asobaco)
Comisión Nacional de Fomento Rural
Red de Agroecología
Ministerio de Ambiente
Ministerio de Salud Pública

El objetivo de este formulario fue promover la reflexión previo al taller. Sin embargo, al leer la respuestas, se entiende que se ha profundizado en algunas. Por este motivo se permite el acceso a quienes necesiten utilizar este documento como insumo.

[Acceso a las respuestas aquí](#)