

# La Agroecología como ciencia, praxis y movimiento social: evolución y desafíos frente al mercado

Walter Chamocho<sup>1</sup>

Con el proceso de modernización agraria convencional e industrialización impulsado por los países desarrollados del norte, desde la segunda mitad de la década de 1940 en base al modelo tecnológico de la revolución verde; este se exporta y promueve como política de desarrollo agrario en los países del sur. Su enfoque positivista y de modernidad se expande aún más en la década de 1990 con la globalización económica, teniendo hoy su correlato con la crisis sistémica, el cambio climático y la mayor inseguridad alimentaria y desigualdad social que viene afectando en mayor grado a la agricultura familiar. Frente a los límites e impactos de esta agricultura, de alto uso de energía fósil, en diversas regiones se gesta un cambio progresivo del paradigma agrario convencional. Siglos antes con el devenir de culturas originarias agrocéntricas, y luego, desde la década de 1930, con la mayor presencia de movimientos agrarios alternativos y del desarrollo de corrientes académicas críticas del status quo, todas convergiendo a la agroecología como ciencia, praxis y movimiento social, cuya importante evolución de las últimas décadas y su mayor relación con el mercado de alimentos también le viene implicando algunos desafíos necesarios de analizar.

## Breves acotaciones conceptuales de la Agroecología

El marco conceptual de la agroecología ha ido evolucionando, de allí que por sus varias definiciones es polisémica y de usos múltiples. No obstante, en el proceso su espectro conceptual abarca niveles más integrales de definición.<sup>2</sup> Si bien para Wenzel y Soldat (2009)<sup>3</sup>, entre otros, la noción de agroecología implica considerarla como una disciplina científica, como un movimiento social o como un conjunto de prácticas agrícolas, también se la puede dimensionar y diferenciar según su escala de enfoque territorial o de sistema: a nivel parcelar, a nivel de agroecosistema y a nivel de sistema alimentario. En el caso de América Latina y el Caribe, la noción de agroecología como nuevo paradigma agrario se perfila con mayor claridad a partir de la segunda mitad del siglo XX, en contraposición y alternativa al paradigma de la agricultura de la revolución verde; y en países como Perú, Ecuador, Bolivia, México, Guatemala y otros con asiento de pueblos originarios, dialoga y recoge las fuentes de conocimientos y tradiciones de culturas agrocéntricas que gestaron formas resilientes de producción y de relación empática con la naturaleza y los territorios ocupados.

Altieri, Gliesman y otros Investigadores coinciden en que “La agroecología como ciencia, integra el conocimiento tradicional y los avances de la ecología y de la agronomía y brinda herramientas para diseñar sistemas que, basados en las interacciones de la biodiversidad, funcionan por sí mismos y auspician su propia fertilidad, regulación de plagas, sanidad y productividad, sin requerir paquetes tecnológicos.”<sup>4</sup> En efecto, la agroecología desde su experiencia práctica y evolución también propone y construye nuevos términos de relacionamiento productivo con las variables socioeconómica y ambiental al interior y exterior de los sistemas agroalimentarios locales, fortalece la resiliencia social y ambiental, dialoga y recupera saberes y conocimientos tradicionales de pueblos originarios y comunidades campesinas, promueve la seguridad y soberanía alimentaria, así como cambios saludables en los estilos de vida de productores y consumidores.

La agroecología por ende implica una dinámica de movilidad social continua y un complejo proceso de aprendizaje en el manejo de territorios y agroecosistemas, mediante la observación, métodos, prácticas y conocimientos generados para el uso eficiente de los recursos locales y los cambios tecnológicos devenidos de diferentes ciclos de experimentación en base al ensayo-error-adaptación. Así también implica dinámicas territoriales y múltiples redes sociales e interacciones

<sup>1</sup> Consultor en Gestión Ambiental y Desarrollo. Asesor ADG.

<sup>2</sup> Wenzel & Soldat, 2009, citado en “Políticas públicas a favor de la agroecología en América Latina y El Caribe”, Red Políticas Públicas en AL y El Caribe (2017), Cap. 1 Concepto de agroecología y marco analítico de Jean-François Le Coq, Eric Sabourin, Erwan Sachet et al, pág.7.

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> “La agricultura del futuro será agroecológica”, artículo de Miguel Altieri (2016), en Sociedad y Ambiente, [www.ecoport.net](http://www.ecoport.net).

y réplicas a diferentes escalas de producción, a nivel de la satisfacción familiar y de soporte y sostenibilidad de los agroecosistemas y recursos naturales, así como en la generación de excedentes para intercambios a diferentes escalas y territorios, y en la aspiración política de su justa relación con el mercado para lograr el bienestar de las personas.<sup>5</sup> Implicando este último punto, la racionalidad del mercado y la evolución del mercado de alimentos ecológicos, un factor condicionante -o punto de quiebre- a analizar: su mayor demanda, encadenamientos productivo-comerciales, acceso y precios e ingresos diferenciados para productores agroecológicos, etc.

## Evolución del mercado mundial de productos ecológicos

Desde la gran crisis económica global del 2008, hubo un descenso general del consumo de productos en mercados como el estadounidense, europeo y asiático, pero no ocurrió así con los productos ecológicos, que al contrario continuaron creciendo a tasas mayores que la de los alimentos convencionales.<sup>6</sup> De hecho se estima que desde el 2004 la venta global de productos ecológicos ha crecido un 157%.<sup>7</sup> El 2015 el mercado ecológico en Europa sigue creciendo con un incremento de 13% y alcanzando los € 30,000 millones (€ 27,100 millones en la Unión Europea).<sup>8</sup>

La data y estimaciones sobre el movimiento del mercado ecológico global varían entre un año y otro. Así, por ejemplo, la Organic Monitor (2010)<sup>9</sup> indica un 5% de crecimiento sostenido de alimentos ecológicos en grandes mercados de los países del norte, por encima de los alimentos convencionales de 2%, estimando para ese año un movimiento de US\$ 60,000 millones en alimentos y bebidas ecológicas. Otros organismos internacionales de fomento a la agricultura y la alimentación ecológica, FIBL e IFOAM, estiman que en el año 2013 el mercado mundial de alimentos ecológicos facturó cerca de € 55,000 millones (cerca de US\$ 65,000 millones). A la fecha se estima que el mercado mundial de alimentos factura anualmente alrededor de US\$ 900,000 millones, y que el mercado de alimentos ecológicos representa el 10%, es decir, US\$ 90,000 millones anuales. Además, según las proyecciones demográficas, la demanda de alimentos seguirá creciendo, en particular la demanda por alimentos ecológicos, nutraceuticos, saludables, gourmet, súper alimentos.<sup>10</sup>

En países de América Latina y El Caribe, según la Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica (CIAO)<sup>11</sup>, hasta el año 2016 la demanda de alimentos ecológicos ha seguido creciendo de forma sostenida, aunque con menores ratios de crecimiento a la de los países desarrollados, representando sin embargo de 17 a 20% del comercio global de alimentos ecológicos y congregando a 400,000 productores ecológicos de un total global de 2.2 millones de productores ecológicos.

Las cifras indican nítidamente que el mercado mundial de productos ecológicos es una realidad, y que seguirá creciendo, incluso pese a que su valor de venta -en muchos casos- puede ser mayor al de los productos convencionales. Esto se explica hoy, porque hay un mayor número de consumidores (muchos más en los países del norte que en los del sur) que están sensibilizados y dispuestos a pagar un adicional (plus) por consumir productos ecológicos certificados, porque son saludables, libres de agroquímicos y porque no contaminan el ambiente. Sin embargo, este

---

<sup>5</sup> Existen conceptos diferenciados como Agricultura Familiar y otros complementarios denominados como Agricultura Alternativa: agroecológica, ecológica, orgánica, biológica, biodinámica, natural y otras denominaciones más recientes como Agricultura Familiar Agroecológica Campesina enfocada para países de la zona andina. Al respecto no es materia de este artículo ocuparnos de los matices y diferencias conceptuales y prácticas de cada uno. Si bien la denominación agricultura orgánica o agricultura ecológica se consideran sinónimas, para fines de este artículo usaremos la denominación agroecológica, que va más allá de la lógica de sustitución de insumos ecológicos que al relacionarse con el mercado se toman mercancías transables como en el paradigma de la agricultura convencional.

<sup>6</sup> "Alimentos orgánicos: Mercado hacia el crecimiento", artículo en [www.prochile.gob.cl](http://www.prochile.gob.cl) / Cultura orgánica, s/a.

<sup>7</sup> "El mercado de productos orgánicos está en auge", [www.concienciaeco.com/2015/06/17/mercado-productos-organicos-esta-auge-infografia/](http://www.concienciaeco.com/2015/06/17/mercado-productos-organicos-esta-auge-infografia/) Conciencia Eco, 2015. Revista digital sobre cultura ecológica.

<sup>8</sup> Nota "Mercado ecológico europeo crece a doble dígito", publicado en [Agraria.pe](http://Agraria.pe) del 7/02/2017.

<sup>9</sup> Según la OTA (Asociación Orgánica Norteamericana por sus siglas en inglés), el año 2010 el mercado orgánico estadounidense alcanzó los US\$ 29,000 millones, indicando que las ventas en productos orgánicos crecieron un 8% con relación a los alimentos convencionales (menos del 1%). En Canadá el mercado de alimentos orgánicos crece a una tasa aproximada de 20%. En Asia el mercado orgánico crece de forma sostenida en la última década (se estima US\$ 15,000 millones de productos orgánicos anualmente). Citado por la Organic Monitor (2010).

<sup>10</sup> Alvarado, F (2017), ponencia "Evolución del mercado nacional de alimentos ecológicos en las últimas décadas..." presentado en encuentro de intercambio de experiencias del proyecto Tierra Sana y Soberana Fase II, 7-8 setiembre 2017. Huaraz-Ancash.

<sup>11</sup> Nota "Hay 400,000 productores ecológicos en Latinoamérica", publicado en [Agraria.pe](http://Agraria.pe) del 22/08/2016.

crecimiento sostenido de productos ecológicos en el mercado mundial de alimentos, en términos absolutos aún es muy relativo con relación al volumen comercial de alimentos convencionales.

## **Mercados de productos agroecológicos: algunos casos de estudio**

Reseñamos un interesante estudio de la investigadora Allison Loconto<sup>12</sup> sobre 12 casos de mercados agroecológicos en países de África (Uganda, Namibia, Mozambique, Benin), Asia (Kazakhstan, China), Sudamérica (Colombia, Ecuador, Bolivia, Chile, Brasil) y Europa (Francia), registrando que existen varios y diversificados canales de distribución: 1) autoconsumo, 2) mercados locales-ecoferias, ventas directas, ventas en las fincas y 3) restaurantes-hoteles). Asimismo, entre sus principales hallazgos encontraron: i) Un concepto de productos “agroecológicos” que emerge en sistemas alimentarios localizados y diversificados; ii) Que los productos “agroecológicos” se comercializan en cadenas cortas a precios justos organizados por iniciativas que son sostenibles desde el punto de vista económico, socio-cultural y con respeto del ambiente; iii) Que existe contacto personal y comunicación directa entre consumidores y productores (por medio social, internet, intercambios personales, visitas a las fincas) y que estos son los medios principales para crear valor para una cualidad agroecológica; y iv) Que son iniciativas fuertes en sus relaciones sociales y que persisten largo tiempo, pero que su autonomía financiera no siempre está asegurada (no fue un objetivo del 50% de los casos estudiados).

Si bien el estudio resalta que son mercados dinámicos y que hay mayor disponibilidad y acceso a productos agroecológicos (incluidos precios justos en algunos casos), y que en ese sentido los mercados diversificados de estos productos pueden contribuir a dietas sostenibles. Por otro lado, existen también disparidades y varias limitantes a nivel de los mercados locales con precios muy variables para productores y consumidores, entre otros factores condicionantes que dependen del contexto político país, del marco normativo y de los mecanismos institucionales y de soporte en recursos técnicos y financieros a proyectos y experiencias de producción agroecológica, que de hecho al no considerarse pueden relativizar la perspectiva de su seguridad y soberanía alimentaria.

Acotamos el caso del mercado ecológico en Perú<sup>13</sup>, que a contracorriente de la política agraria de los últimos gobiernos respecto de la agricultura familiar, en los últimos veinticinco años ha incrementado la superficie de producción ecológica a 520,000 Has certificadas, estimándose en no menos de 103,000 productores ecológicos a nivel nacional (93,000 con certificación de terceros y 10,000 con certificación SGP). Y que a la fecha, a través de diversos canales de distribución: bioferias y biotiempos en Lima y otras regiones, repartos a domicilio y canastas, abastecimiento a restaurantes y cafés ecológicos, ventas on line y en supermercados con espacios ecológicos, etc., se viene dinamizando, diversificando y consolidando el mercado ecológico nacional. Para el mercado de exportación se indica hasta 100 productos ecológicos de 22 regiones, con un volumen comercial de US\$ 400 millones anuales (200% de incremento en más de dos décadas), y para los mercados locales más de mil productos ecológicos ofertados con un volumen comercial de US\$ 10 a 12 millones anuales. Cifras que pese a las varias limitantes estructurales de la agricultura familiar agroecológica y sus organizaciones en las regiones, han logrado avances muy importantes.

Existen diversos factores condicionantes del mercado que explican tal situación<sup>14, 15</sup>: i) Acceso y precios de venta de los productos ecológicos, ii) Mecanismos de certificación y costos de transición a la producción ecológica; iii) Muy bajo porcentaje de tierra cultivada de forma ecológica: se estima que esta sólo representa apenas el 1% en el planeta (40% en Oceanía, 27% en Europa, 15% en América Latina y 12% en Estados Unidos y otros países). Según datos de la FAO, estima en 30 millones de Has usadas a nivel mundial para la producción ecológica (Australia con cerca de 12 millones de Has, Europa con más de 7 millones de Has y América Latina con casi 5 millones de Has (en Sudamérica Argentina tiene la mayor área de producción ecológica con más de 2 millones de

---

<sup>12</sup> “Cómo las innovaciones para el mercado fomentan la agricultura sostenible y una mejor alimentación”, 2017, Dra. Allison Marie Loconto, Chargée de recherche, Institut National de la Recherche Agronomique (INRA); Visiting Scientist FAO. Con la colaboración de: Alejandra Jiménez, Emilie Vandecandelaere y Florence Tartanac de la FAO.

<sup>13</sup> Alvarado, F. (2017), citado en este artículo.

<sup>14</sup> Organic Motor (2010), Chamocho, W. (2004, 2005) y otras fuentes citadas.

<sup>15</sup> “El mercado de productos orgánicos está en auge” (citado en este artículo).

Has, seguida de Uruguay y Brasil con 1 millón de Has.); iv) En el mercado global de alimentos prevalecen los intereses económico-comerciales de los países industrializados y los lobbies de las grandes corporaciones transnacionales, que también comercializan semillas e insumos agroquímicos del modelo tecnológico de la revolución verde; v) Existe mayor incertidumbre por efectos e impactos de la variabilidad climática extrema y el cambio climático. Frente a la crisis ambiental, los países desarrollados y las corporaciones agroquímicas, y algunos organismos de cooperación técnica, también están incorporando y/o promoviendo nuevos enfoques como la Agricultura Climáticamente Inteligente, cuya propuesta y alcances son materia de análisis y controversia actual; y vi) Bajos incentivos y la falta o limitados recursos técnicos-financieros y de soporte político e institucional mediante leyes y normas favorables a la agricultura familiar agroecológica.

### **Riesgos y desafíos con relación al mercado**

Hace más de una década analizábamos que por los factores condicionantes del mercado, era difícil proyectar a corto plazo el nivel de incremento de la oferta ecológica a una escala comercial mayor.<sup>16</sup> Que en tal caso este crecimiento podría ser no mayor al 10% en los próximos años, y que en un escenario más favorable podría llegar hasta un umbral de 25% del comercio mundial de alimentos convencionales. Sin embargo, en más de una década, la demanda global de alimentos ecológicos ha crecido de forma sostenida y a la fecha su volumen comercial representa no menos del 10% de los alimentos convencionales. Por tanto, si en la próxima década se logran superar los factores condicionantes del mercado con una mayor participación de productores agroecológicos organizados, el comercio de productos ecológicos podría aproximarse al umbral de 25%.

Con el incremento de la demanda de productos ecológicos también debiera haberse incrementado la oferta (aunque no necesariamente al mismo ritmo). Si bien en el mercado se presentan mayores oportunidades y beneficios para un mayor número de productores agroecológicos de las diferentes regiones que logran acceder y mantenerse, tales beneficios son relativos y variables si se circunscriben a los países del norte o a los del sur, porque el mercado de productos ecológicos se mueve según la racionalidad del mercado convencional, que tiende a configurar escenarios asimétricos e inequitativos de acceso y control.<sup>17</sup> Máxime si consideramos la participación de pequeños productores agroecológicos a la par de los operadores de productos convencionales, que ahora también participan en las cadenas de valor y comercialización ecológica y por tanto de los beneficios finales a obtener.

De acuerdo con Altieri (2016) en que “los principios de la agroecología pueden aplicarse a toda actividad, ya sea a pequeña o a gran escala”, analizamos que el cambio en la escala de producción ecológica y los volúmenes de oferta comercial tienen dinámicas y alcances diferentes en los países al norte y al sur, porque el escenario global de libre mercado es muy complejo, multidimensional, y además, siendo desregulado, implica varios riesgos y desafíos en especial para los/las pequeños productores agroecológicos y sus organizaciones. Porque si bien existen mayores oportunidades de mercado, a la par ocurre un desplazamiento progresivo de importantes capitales, desde sectores y agentes económicos de la agricultura convencional a la agricultura ecológica, como una respuesta crematística a la mayor demanda del mercado ecológico y en función a intereses específicos de determinados grupos económicos.

Se configura entonces un escenario de libre mercado con mayor demanda de productos ecológicos, pero limitado su acceso para más productores agroecológicos y sus organizaciones, corriendo el riesgo de ser desplazados rápidamente del mismo debido a sus limitantes estructurales y de coyuntura. Los nuevos operadores de alimentos ecológicos, que también comercializan alimentos convencionales, se dinamizan al amparo de las políticas neoliberales de los países y de la ausencia o escasos recursos financieros y/o débiles marcos normativos e institucionales agrarios, perjudicando a productores agroecológicos que son desplazados o marginalizados del mercado.

---

<sup>16</sup> “El mercado global y los sistemas CAO y BPA: ¿buenas o malas prácticas para la agricultura ecológica?, artículo de Walter Chamocho, pw de Campo Latino, 2004.

<sup>17</sup> El mercado mundial de productos orgánicos se mueve siguiendo en buena parte al sistema comercial convencional e inclusive se dice que está penetrando el mismo mercado convencional. Cita de Bern, A. (2003), “Guía para iniciar el acceso al mercado ecológico y al mercado solidario”. PROMER-FIDAMERICA, 16 p. Citado por Chamocho, W. (2004).

La cuestión es que en un escenario de libre mercado es muy complejo hablar de seguridad y soberanía alimentaria y también de libre competencia, máxime en mercados desregulados, que hacen muy difícil sino improbable pensar en iguales condiciones de participación. El rol tuitivo del Estado se relativiza y no se puede distinguir con claridad cuáles son las reglas y perfiles de actuación de los operadores económicos, y a quiénes y qué intereses representan: de un lado, los grupos y empresas que trasladan capitales, brindan diversos servicios y obtienen altas rentas por comerciar productos convencionales y ecológicos; y del otro lado, los grupos y empresas de productores familiares agroecológicos que también pugnan por participar en igualdad de condiciones, pero sin las condiciones de equidad. En tal contexto, sectores o corrientes agroecologistas más críticas afirman que la dinámica y evolución del mercado mundial de alimentos está “convencionalizando” el modo de producción y comercialización de productos ecológicos, y, por ende, trastocando los principios y paradigma de la agroecología, conduciéndola a un reduccionismo técnico-comercial peligroso de no tomarse medidas. De allí que es imperativo realizar una permanente revisión de los postulados, principios y estrategias de la agroecología.

Si bien se declara que el comercio y las inversiones son sólo un medio para alcanzar la finalidad mayor del desarrollo sostenible<sup>18</sup>, en la práctica ello no ocurre en la medida de lo esperado ni en el tiempo requerido, dada la persistente pobreza, la mayor desigualdad social y concentración de la riqueza, y la mayor inseguridad alimentaria global. En ese sentido hay que analizar el comportamiento del mercado ante una mayor demanda de productos ecológicos, sus implicancias y desafíos para los productores agroecológicos y sus organizaciones que deben ser competitivas: su evolución como movimiento alternativo, sus expectativas políticas y de crecimiento y satisfacción socioeconómica y ambiental.

Ante la dinámica y racionalidad del mercado es importante para el movimiento agroecológico reflexionar con profundidad y sentido autocrítico algunas interrogantes: ¿Si el modelo económico hegemónico está absorbiendo (cooptando) los postulados centrales de la Agroecología? ¿Cuáles son los riesgos y desafíos de la “convencionalización” de la Agroecología como consecuencia de la expansión comercial de sus productos? ¿Se puede aspirar a mercados autoregulados para alimentos ecológicos sin evitar caer en un reduccionismo técnico-comercial? ¿Para el movimiento agroecológico cuáles pueden ser los cambios razonables futuros frente a la dinámica que impone el mercado de alimentos y sus implicancias con la seguridad y soberanía alimentaria? ¿Existen antecedentes de políticas públicas en la región que, sin ser explícitas con la agroecología, están contribuyendo en efecto para lograr una agricultura familiar sostenible?

Son muy importantes los acuerdos, leyes y reglamentos que impulsen el mayor desarrollo de la agricultura familiar y la agroecología y el consumo de alimentos sanos, junto a la voluntad política efectiva de los gobiernos de los países. Sin embargo, tales instrumentos pueden ser insuficientes para mercados desregulados, donde prevalecen monopolios u oligopolios y donde los consumidores pagan sobre costos y los pequeños productores compiten de forma desleal con productos subsidiados de los países industrializados.

Hoy en día sabemos que el mercado global de alimentos y de biodiversidad implica negocios muy rentables, por eso su máxima importancia y la prioridad que debiera tener para los gobiernos en el diseño de políticas, estrategias e investigaciones en desarrollo tecnológico, adaptativo e innovaciones en agroalimentación, salud y servicios ambientales que resultan estratégicos para planificar el desarrollo sostenible de países megadiversos como Perú, Colombia, Bolivia, Ecuador, Brasil, entre otros, y que además son herederos de toda una tradición agraria y bagaje cultural de pueblos originarios vigentes.

---

<sup>18</sup> Desde la visión y pensamiento de economistas clásicos como Adam Smith, David Ricardo y otros, se fue desarrollando lo que hoy se conoce como paradigma de la economía neoclásica según el siguiente principio: “el crecimiento económico como motor del desarrollo”. Así, se concibe hoy que no pueda haber crecimiento económico y mejora en la calidad de vida de los países si no existe un mercado para realizar el libre intercambio comercial de bienes y mercancías que producen. Por tanto, como señala Eduardo Gudynas: “el comercio internacional pasa a ser considerado como uno de los motores fundamentales del crecimiento económico, y a partir de éste, del sustento del desarrollo”. Pensamiento en los múltiples informes y publicaciones de los países desarrollados del Norte y de organismos multilaterales como FMI, BM y OMC. En artículo de Chamocho, W (2005) “Comercio internacional y medio ambiente...” publicado en [www.EcoPortal.net](http://www.EcoPortal.net)