

DEMOCRATIZAR EL SISTEMA AGROALIMENTARIO

Resumen: La presente es una síntesis del Documento “Democratizar el Sistema Agroalimentario” Documento Nro. 5 de la Serie Principios Cooperativos en Acción, preparada como documento de debate para la V Cumbre Cooperativa. En la misma se revisan los principales puntos que debería tener la agenda del movimiento cooperativo como parte de un proceso de democratización del sistema agroalimentario, dirigido a terminar con el hambre en el mundo y defender la agricultura familiar.

Autor¹: Ariel Guarco, Presidente de la Confederación Cooperativa de la República Argentina (COOPERAR).

La humanidad estará en condiciones de terminar con el hambre, objetivo alcanzable con los recursos naturales y tecnológicos disponibles, si con más democracia se logra disputar la hegemonía de las empresas globales que hoy controlan la forma en que se producen y distribuyen los alimentos.

Esto se logrará si los consumidores podemos cuestionar las pautas alimentarias que nos imponen las cadenas multinacionales de supermercados asociadas a la industria alimenticia concentrada, si las comunidades podemos defendernos de las prácticas depredadoras del ambiente propias de los modelos extractivistas, y si los agricultores y trabajadores que producimos alimentos podemos potenciar nuestras culturas y saberes con los extraordinarios avances de la ciencia sin someternos a la lógica cortoplacista propia del capital concentrado, degradante de la biodiversidad y sin compromiso territorial.

Las cooperativas, a partir de su experiencia en la defensa del productor, del consumidor y del trabajador pueden canalizar parte de toda la energía de la sociedad civil que estos objetivos requieren y promover la democratización del sistema agroalimentario como requisito para alcanzar la seguridad alimentaria y proteger al ambiente.

Por democratización entendemos tres conceptos convergentes. Por un lado, que en la gestión de las empresas de cada eslabón de la cadena de valor (desde la provisión de insumos al comercio minorista) tengan participación democrática los distintos actores implicados (productores, trabajadores y/o consumidores).

En segundo lugar, que el acceso a alimentos seguros y nutritivos no esté restringido por ninguna razón económica, social o política.

Finalmente, que quienes quieran producir alimentos no se encuentren con barreras de entrada por el comportamiento oligopsónico de la industria o el comercio concentrados

¹ Las opiniones expresadas en este documento son las de su(s) autor(es) o autora(s) y no deben considerarse representativas de la de Cooperativas de las Américas o de la de la Confederación Cooperativa de la República de Argentina.

ni por la falta de acceso a los recursos de producción (tierra, agua, genética, financiamiento).

Hacia este objetivo deberían orientarse los esfuerzos de las políticas públicas y los distintos actores de la sociedad civil, muy especialmente del mundo de la economía solidaria del que forman parte las cooperativas.

Esto es un mandato ético estrictamente vinculado a la supervivencia de nuestra civilización.

Es ético, porque terminar con el hambre es un requisito básico para el respeto de los derechos reconocidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 y perfeccionados por todos los acuerdos internacionales desde entonces.

Está vinculado con la supervivencia de la civilización porque la desigualdad social es la base de los conflictos internacionales que se han agravado en este momento histórico de muros, chauvinismo, migraciones forzadas y violencia homicida.

Poder económico en el sistema alimentario

Modificar esta situación exige repensar el conjunto del sistema alimentario, comenzando por discutir las relaciones de poder entre de sus actores.

En dicho sentido, resulta ilustrativo y actualizado el Konzernatlas 2017, un informe global sobre los consorcios mundiales, realizado por la Fundación Heinrich Böll junto con la Fundación Rosa Luxemburg, la Organización Alemana para la Protección del Medio Ambiente y de la Naturaleza (BUND), Germanwatch, Oxfam y Le Monde Diplomatique.

Este informe nos señala que el grado de concentración del poder económico no es sólo desproporcionado, sino que tiende a agravarse. Por ejemplo, las siete empresas que hoy controlan la producción de semillas y pesticidas, próximamente podrían ser sólo tres: el consorcio alemán Bayer pretende adquirir Monsanto y convertirse así en el mayor fabricante de químicos agrarios del mundo, mientras que las multinacionales estadounidenses DuPont y Dow Chemical quieren fusionarse, y ChemChina quiere adquirir el consorcio suizo Syngenta. Los tres grupos resultantes controlarían el 60% de estos mercados.

Los granos que se producen con las semillas y pesticidas de estos oligopolios, luego, van a un mercado controlado por cuatro consorcios de exportación e importación de materias primas agrarias. Según este trabajo publicado en Alemania, Archer Daniels Midland, Bunge, Cargill y la holandesa Louis Dreyfus Company poseen una cuota de mercado mundial del 70%.

A su vez, estos grupos envían sus materias primas baratas a los gigantes de la producción agroindustrial como Unilever, Nestlé, Heinz, Mars, Kellogg's y Tschibo.

Como es señalado en ese informe, 50 corporaciones representan la mitad de las ventas mundiales de productos alimenticios. Es una relación que se va agravando de la mano de la nueva ola de fusiones que se ha profundizado desde el 2010, como consecuencia de la crisis financiera: solamente en 2015 se concretaron dos fusiones con un volumen de transacción individual de más de 100.000 millones de dólares. Primero se realizó la

fusión de la cervecería Anheuser-Busch con su rival, la SAB-Miller. Luego, la marca de ketchup Heinz se unificó con la productora de alimentos Kraft.

Estos grandes grupos, finalmente, canalizan su producción a través de las cadenas de supermercados globales.

"En Alemania, cuatro cadenas de supermercados cubren el 85% de la venta minorista de alimentos", dice Marita Wiggertale, de OXFAM. "Estas cadenas tienen una función similar a la de un guardián de local, porque determinan quiénes y cómo se producen los alimentos y cuáles estarán en las estanterías", añade. Wal-mart, la mayor empresa minorista de la tierra, representa de forma individual el 6,1% de las ventas globales.

La presión de estos grandes grupos se extiende a los productores, quienes trabajan más horas y cobran menos, como se puede leer en el Atlaskonzern 2017, donde también se afirma que el hecho de que haya casi 800 millones de personas desnutridas en el planeta no tiene que ver con la escasez de alimentos, sino que es fundamentalmente un problema de distribución. Las cadenas industriales han agudizado el problema en vez de solucionarlo.

Productores, cadenas de valor y territorios

El cooperativismo agropecuario es una de las expresiones más longevas y consolidadas del movimiento cooperativo mundial.

No se trata de empresas marginales. El cooperativismo en el ámbito rural ha demostrado largamente su capacidad para construir empresas de gran escala, incluso transnacionales y competitivas en los mercados más exigentes, a partir de la integración solidaria de pequeños y medianos productores en todas las cadenas de valor.

En cualquier estrategia de democratización del sistema alimentario este es un actor que no puede estar ausente. Es la principal demostración de que a partir de la gestión democrática se puede construir empresas competitivas.

En las últimas décadas, especialmente desde los años 90, gran parte del cooperativismo agropecuario ha protagonizado un fuerte proceso de fusiones con el objetivo de ganar la escala que requiere la negociación con los eslabones comercial e industrial de la cadena de valor. Este proceso estuvo asociado a un incremento en el nivel de profesionalización requerido en la gestión de estas empresas, en particular para atender a la creciente complejidad de los mercados hacia los que están dirigidos sus productos.

El desafío es que esto no desnaturalice a estas organizaciones, cuyo objetivo es la defensa de los intereses del productor asociado. La respuesta a esta encrucijada, en gran medida, está en el sistema de participación que la cooperativa adopte.

No se trata sólo del compromiso y vocación participativa de cada productor, sino de la eficacia de los mecanismos institucionales concretos con que cuenta el asociado para participar en empresas crecientemente complejas, con calificaciones requeridas cada vez más alejadas de la actividad agraria específica, e incluso con la presencia de inversores externos, como ocurre en muchas experiencias americanas y europeas.

En empresas de gran escala, un sistema participativo eficaz debe incluir instancias de participación adecuadas para garantizar el control de la gestión por parte de los

productores de los distintos territorios, un sistema de información que refleje la diversidad de intereses y de localidades que abarca, importantes esfuerzos de educación cooperativa con orientación a la gestión participativa, una fuerte inversión en el desarrollo de dirigentes juveniles.

Los sistemas de participación de estas características permiten hacerse cargo de dos dimensiones que afectan a la realidad de todo productor: cadena de valor y territorio.

Respecto de la cadena de valor, resulta indispensable afirmar el peso de las prioridades de los productores asociados en el marco de la estrategia empresarial de la cooperativa.

En cuanto a la dimensión territorial, es crucial que el productor cuente con espacios de participación adecuados que le permitan ser parte de las estrategias de desarrollo local sostenible.

Esto resulta indispensable si se entiende que parte importante del desafío para lograr “una profunda reforma del sistema mundial de agricultura y alimentación” (en términos de la Agenda 2030), pasa por el fortalecimiento de cadenas cortas de producción y consumo, que expresen los intereses vinculados a la seguridad alimentaria y al desarrollo sostenible de una determinada comunidad local.

En esta intersección entre las exigencias de las cadenas de valor globales y la necesidad de desarrollo local sostenible hay muchas experiencias en el mundo cooperativo, no hay un modelo único para replicar. El punto es que las cooperativas que procuren ser actores de la reforma del sistema mundial de agricultura y alimentación deberían hacer los mayores esfuerzos por incorporar al desarrollo local sostenible como parte significativa de su estrategia en la defensa y promoción de su productor asociado.

Consumidores: interpelar desde la organización al sistema alimentario

El poder económico controla al sistema agroalimentario en todos sus componentes, pero el nudo está en la relación de dominación que construye con el consumidor. La alianza entre las cadenas de distribución minorista transnacionales, las empresas concentradas de alimentación y los medios hegemónicos de comunicación construyen pautas de consumo donde la prioridad no es la nutrición sino la adicción a productos alimenticios estandarizados.

Es necesario tener una mirada crítica sobre esto **y preguntarnos si nuestros esfuerzos desde la producción de alimentos son para satisfacer las nuevas demandas de un consumidor más exigente o son para someternos a las pautas de consumo construidas por el capital para maximizar su renta.**

Es difícil contestar esta pregunta debido a la opacidad del muro que han construido las multinacionales entre el productor y el consumidor. Lo seguro es que este muro no se rompe sólo con la iniciativa de los productores. Es necesaria la mirada crítica y la organización de los consumidores.

En este punto entra en escena un actor importante: la cooperativa de consumo, primer modelo de la historia del cooperativismo. Cuando los pioneros, en plena revolución

industrial, no encontraban la forma de contrarrestar la miseria y la explotación, apelaron a lo más elemental: hacer valer su condición de consumidores.

Cuando consumimos estamos convalidando una forma de producir. No sólo elegimos un producto, elegimos el entramado social que hay detrás de dicho producto.

Si esta decisión es colectiva, entonces puede modificar las relaciones de poder. El consumidor individual no es soberano. La soberanía es un atributo del conjunto, no del individuo.

Estas ideas son las que llevaron a la construcción de experiencias cooperativas muy importantes como las europeas L'Associazione Nazionale Cooperative de Consumatori –ANCC Coop– (Italia), Kooperativa Förbundet –KF– (Suecia), The Cooperative Group UK (Reino Unido), Consum Coop (España), Coop Retail Chain –KON– (Bulgaria), Suomen Osuuskappojen Keskusosuuskunta –SOK Corporation– (Finlandia); las norteamericanas National Cooperative Grocers Association –NGCA– (EEUU), Caleyary Cooperative (Canadá); las latinoamericanas Supermercados Coop (Brasil) y Cooperativa Obrera (Argentina); y las asiáticas National Cooperative Consumers Federation of India –NCCF–, All-China Federation of Supply and Marketing Cooperatives y Miyagi-Coop (Japón). Todas, grandes empresas representativas del movimiento cooperativo de consumo en el mundo.

Como en el caso de las cooperativas agropecuarias, estas experiencias muestran que es posible construir empresas de gran escala, capaces de competir con multinacionales, a partir de la organización solidaria de los consumidores en cada territorio. Por lo tanto, deben constituir un actor central a la hora de bregar por la democratización del sistema alimentario.

Construyendo democracia alimentaria desde los territorios

Es necesario analizar y repensar el tema alimentario desde la realidad de cada comunidad, con su ecología y con su cultura. Revisar nuestra forma de consumir exige un cambio cultural, que debe comenzar por relacionarnos de otra forma con el entorno. La alimentación es nuestra relación más directa con el territorio. Replantearnos nuestra forma de alimentarnos es replantear nuestra relación con la naturaleza, de la que formamos parte como seres vivos.

La brutal disociación entre territorio y consumo que provoca la globalización del sistema alimentario está en el centro de los problemas.

Para revertir esto, es necesario que toda la comunidad asuma el problema de la relación entre alimentación, producción y ambiente. La soberanía alimentaria no puede limitarse a una agenda del Estado con los pequeños agricultores. Poner sobre sus espaldas la tarea de cuestionar y transformar un sistema que nos afecta a todos es injusto, desproporcionado y claramente insuficiente.

Hay que sumar a todas las **familias** en calidad de consumidoras, como ya comentamos al hablar de las cooperativas de consumo. No se trata sólo de cooperativas: las escuelas y distintas organizaciones de la sociedad civil pueden colaborar muy eficazmente en la

construcción de un paradigma alimentario menos estandarizado, de mayor compromiso con la cultura local, focalizado en la nutrición y no en adicción a alimentos ultraprocesados.

Esto comienza en cada hogar, cuando las familias, deciden dedicar más tiempo a preparar sus alimentos, a cuidar y elegir aquello que afecta directamente su salud, su dignidad y su alegría por vivir. Cuando rompen la subordinación a la maquinaria de la publicidad para empezar a ser protagonistas del trabajo humano de alimentarnos.

También hay que sumar al **comercio minorista** de mayor compromiso con la comunidad, aquel dirigido por los vecinos del territorio, que pueden ser consejeros atentos a las necesidades de la nutrición y del trabajo local. Ese sujeto también debe organizarse a través de redes -cooperativas de minoristas- que le permita tener escala para jugar en el ámbito mayorista y sumarse a estrategias de desarrollo de producción local.

La **pequeña y mediana agroindustria** también debe comprometerse con esta tarea de democratización del sistema agroalimentario. Derribar las barreras de ingreso al mercado de los alimentos es parte de la tarea de la democracia económica y en ellos debemos trabajar juntos la agroindustria cooperativa con la pequeña y mediana empresa no cooperativa pero comprometida con el desarrollo local. Tenemos una agenda común frente al poder económico de las cadenas de supermercados globales.

Tenemos una agenda común también frente a los sistemas de control sanitario y bromatológico. Es habitual que las grandes corporaciones condicionen la tarea fiscalizadora del Estado al imponer barreras artificiales -por ejemplo, la excesiva burocratización y centralización- para que el pequeño y mediano productor de alimentos no pueda llegar al mercado.

Superar estos obstáculos permitiría también que las cooperativas de trabajo tengan un creciente protagonismo en la construcción de un sistema alimentario más diverso y comprometido con el territorio. En Argentina viene aumentando su presencia en los distintos eslabones de la cadena de valor: pequeñas y medianas plantas lácteas, frigoríficos, comercializadoras vinculadas al consumo responsable o solidario, restaurantes, etc. Muchas de estas iniciativas han surgido de procesos de recuperación de empresas abandonadas o quebradas fraudulentamente por sus anteriores propietarios. Estas experiencias deben ser visualizadas y multiplicadas a partir de la construcción de redes en cada territorio.

No es necesario esperar que la gran industria realice inversiones para poder agregar valor y crear empleo en cada una de nuestras localidades. Hay que derribar barreras y construir redes que viabilicen los emprendimientos del cooperativismo de trabajo y de otras pyme del sector. Seguramente son muchos los emprendedores que, enamorados de los productos de su tierra y de su cultura, podrían sumarse con entusiasmo a la producción de alimentos sanos. De allí, no de las multinacionales de alimentos, saldrá la respuesta para la construcción de un sistema alimentario diversificado y democrático.

En suma, las cooperativas deben sumar una mirada estratégica que incorpore el objetivo de democratización del sistema agroalimentario, y debe hacerlo en diálogo con todos los

actores del territorio: familias, productores, pymes, trabajadores, comerciantes, hombres y mujeres de cada nación y cultura que están crecientemente preocupados por su salud y la salud del planeta.

Nuestra generación tiene la responsabilidad de construir un sistema que garantice alimentos sanos y nutritivos para todos. Y esta responsabilidad no puede ser delegada en un sector económico y mucho menos en las empresas de la economía concentrada. La respuesta está en mayor densidad democrática, en más empresas que representen los intereses y las necesidades de cada uno de nosotros.