

Antecedentes prácticos y conceptuales para acercarse y analizar estrategias de comercialización de la Economía Social y Solidaria

APUNTES PARA PENSAR LA EXPERIENCIA DE MERCADO TERRITORIAL

SANTIAGO ERRECALDE ¹

Artículo arbitrado

Fecha de recepción:
03/05/2021

Fecha de aprobación:
06/06/2021

Revista Idelcoop, N° 234, Antecedentes prácticos y conceptuales para acercarse y analizar estrategias de comercialización de la Economía Social y Solidaria. Apuntes para pensar la experiencia de Mercado Territorial.

ISSN Electrónico
2451-5418

P. 72-85/ Sección: Experiencias y Prácticas

Resumen

Mercado Territorial es una red de producción y consumo impulsada desde la Universidad Nacional de Quilmes que articula diferentes formas organizativas en el marco de una estrategia de construcción de circuito socioeconómico.

El siguiente trabajo propone una presentación de la experiencia partiendo de su propuesta y su contexto de origen. Asimismo, realiza un recorrido por diferentes trayectorias empíricas que funcionan como antecedentes (prácticos y conceptuales) para pensar y analizar al Mercado Territorial.

Palabras clave: *comercialización, consumo, agricultura familiar, circuitos cortos, universidad.*

¹ Observatorio de la Economía Social y Solidaria – CREES. Departamento de Economía y Administración. Universidad Nacional de Quilmes.
Correo electrónico: santiago.errecalde@unq.edu.ar

Resumo

Antecedentes práticos e conceituais para abordagem e análise de estratégias de marketing da Economia Social e Solidária. Notas para pensarmos a experiência do Mercado Territorial.

O Mercado Territorial é uma rede de produção e consumo promovida pela Universidade Nacional de Quilmes que articula diferentes formas de organização no quadro de uma estratégia de construção de um circuito socioeconômico.

O trabalho a seguir propõe uma apresentação da experiência a partir de sua proposta e contexto de origem e um percurso por diferentes trajetórias empíricas que funcionam como antecedentes (práticos e conceituais) para pensar e analisar o Mercado Territorial.

Palavras-chave: Marketing, consumo, agricultura familiar, curtos-circuitos, universidade.

Abstract

Practical and conceptual background to approach and analyze marketing strategies of the Social and Solidarity Economy. Notes to think about the Territorial Market experience

Mercado Territorial is a production and consumption network promoted by the National University of Quilmes that articulates different organizational forms within the framework of a strategy for the construction of a socioeconomic circuit.

The following work proposes a presentation of the experience based on its proposal and context of origin and a journey through different empirical trajectories that function as antecedents (practical and conceptual) to think and analyze the Mercado Territorial.

Keywords: commercialization, consumption, family farming, short circuits, university.

I. SOBRE LA PROPUESTA DE MERCADO TERRITORIAL²

Mercado Territorial³ (MT) es un proyecto que se inició desde la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) en septiembre de 2015 con la idea de vincular a productores/as de la Agricultura Familiar de Varela y La Plata con consumidores/as del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) para conformar una estrategia de comercialización y consumo de Economía Social y Solidaria (ESS).⁴ La propuesta comenzó ofreciendo cada 15 días un bolsón de 7 kilogramos de vegetales de estación producidos en quintas que estaban haciendo su proceso de transición hacia la producción agroecológica. Luego incorporó otros productos de organizaciones, asociaciones y cooperativas. Sin embargo, el bolsón de verduras (que permite que diferentes familias agricultoras de la zona se integren y logren comercializar su producción en la propuesta) sigue siendo su principal producto.

Para acceder al bolsón, los/as consumidores/as deben conformar o unirse a un Nodo de Consumo Solidario desde donde realizan al menos 10 pedidos que reciben todos juntos en un lugar.⁵ El/la coordinador/a del Nodo hace su pedido a los equipos de gestión de MT que organiza los pedidos a las quintas y organiza las entregas.

Cada cuatro o seis meses se realiza una asamblea donde todas las partes involucradas están invitadas a discutir los componentes y los montos del precio del bolsón. Ese precio, como hipótesis, busca reconocer el esfuerzo de todas las partes (producción, intermediación y consumo). La asamblea, es también un lugar de conocimiento interpersonal y de los

² Este artículo es parte del proceso del Trabajo Final de la Maestría en Entidades de la Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de Rosario.

³ Para más información ver: <http://mercadoterritorial.observatorioess.org.ar>

⁴ Chiroque Solano y Niño (2019).

⁵ Ídem.

Mercado Territorial surge como una respuesta a una doble problemática: por un lado, la necesidad de los y las productores/as de la Agricultura Familiar de acceder a mejores canales de comercialización; por el otro, la necesidad de los/as consumidores/as de acceder a alimentos más saludables y a un mejor precio.

espacios y los procesos de trabajo que implica la propuesta.

De esta forma, MT permite problematizar las maneras en que producimos, compramos-vendemos y consumimos.⁶ Hacia fines de 2019, la propuesta involucraba unas 3800 familias en 95 nodos que implican una distribución mensual de 30 toneladas de vegetales.⁷

I A. CONTEXTO DE SURGIMIENTO

Mercado Territorial surge como una respuesta a una doble problemática: por un lado, la necesidad de los y las productores/as de la Agricultura Familiar de acceder a mejores canales de comercialización; por el otro, la necesidad de los/as consumidores/as de acceder a alimentos más saludables y a un mejor precio.

En relación a los y las productores/as de la Agricultura Familiar (y en particular de quienes se encuentran en el cordón hortícola del Gran Buenos Aires y el Gran La Plata y están haciendo el proceso de transición hacia la producción agroecológica) se destaca la necesidad de acceder, generar o integrarse en

⁶ Errecalde, Recalde y Silombra (2019).

⁷ CREES (2019a).

canales de comercialización que les permitan obtener un porcentaje mayor del precio de venta y lograr mejor capacidad de decisión sobre qué, cómo y cuándo producen.

La asociación de las familias productoras en organizaciones es, al menos en parte, una respuesta a esta problemática.

Pero el sector de producción hortícola en el AMBA se encuentra en una crisis que excede la particularidad de las experiencias participantes en MT. Entre los elementos principales de la crisis se pueden destacar el avance de los emprendimientos inmobiliarios y de la producción agrícola extensiva (en particular la soja) que compiten por el uso de la tierra, la baja de precios por el aumento de la producción (por la aparición de nuevas zonas especializadas en la producción frutihortícola en el país y la incorporación de

tecnología), y las características de los canales de comercialización (concentrados en mercados intermedios y/o en los orientados al/la consumidor/a final con capacidad de colocación de precios) y las situaciones de vulnerabilidad en las que viven las familias productoras (migrantes, sin posesión de la tierra, en situaciones de vivienda precaria y con niveles bajos de acceso salud, educación y otros derechos fundamentales) establecidos en algunas de las regiones con mayores niveles de pobreza e indigencia de Argentina.⁸ A partir de diciembre de 2015, estas condiciones se agravaron por el cambio de políticas públicas entre las que se destacan (en los grupos involucrados en la propuesta en particular) el desfinanciamiento y eliminación de la Sub-secretaría de Agricultura Familiar⁹ y del Programa Cambio Rural¹⁰ del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y el fuerte aumento de la tarifa de energía eléctrica.¹¹

En relación con la situación de los/as consumidores/as cabe destacar que acceden a alimen-

El sector de producción hortícola en el AMBA se encuentra en una crisis que excede la particularidad de las experiencias participantes en MT. Entre los elementos principales de la crisis se pueden destacar el avance de los emprendimientos inmobiliarios y de la producción agrícola extensiva (en particular la soja) que compiten por el uso de la tierra, la baja de precios por el aumento de la producción y las características de los canales de comercialización, y las situaciones de vulnerabilidad en las que viven las familias productoras.

⁸ Feito, Boza y Peredo (2019); Feito (2018); INTA (2014).

⁹ BORA (2017a). En febrero de 2016 (a dos meses de su inicio) el gobierno encabezado por Mauricio Macri (10/12/2015-9/12/2019) eliminó la Subsecretaría de Fortalecimiento Institucional dentro de la Secretaría de Agricultura Familiar que era la encargada de articular las políticas públicas con las organizaciones de productores/as (Premici, 2017). Finalmente, el 2 de mayo de 2017 se publicó en el Boletín Oficial de la República Argentina (BORA, 2017) el nuevo organigrama del Ministerio de Agroindustria que no incluía a la Secretaría de Agricultura Familiar.

¹⁰ Rofi (2017), BORA (2017b) y MT (2017). El Programa de Cambio Rural del INTA (Ministerio de Agroindustria) acompañaba a los grupos de productores/as con asistencia técnica y seguros sobre su producción en el proceso hacia la agroecología. En una primera etapa, se redujo la cantidad de grupos que participaban de la política pública (MT, 2017 y Rofi, 2017). Luego, a partir de septiembre de 2017, se redefinieron los objetivos y alcances del programa excluyendo a la Agricultura Familiar (BORA, 2017). En el caso de Mercado Territorial, la red aportó una respuesta a la ausencia de la política pública aumentando dos pesos el precio de cada bolsón que se destinaron a pagar a técnicos/as que acompañan el proceso (MT, 2017).

¹¹ Di Santi y Slipczuk (2018); CIFRA (2019 a y b).

El gobierno de Cambiemos empeoró, en términos generales, las condiciones para el desarrollo de la actividad de los y las productores/as hortícolas y de vida de los/as consumidores/as.

tos a través de canales concentrados en distintas etapas de la cadena (producción, industrialización y comercialización con *jugadores con capacidad de determinar los precios*)¹² y en un contexto (en el período indicado para el análisis) de inflación creciente y, en general, por encima de la variación promedio de los salarios (es decir, pérdida del poder adquisitivo con distribución regresiva del ingreso), crecimiento de la pobreza, aumento de la desocupación, pérdida de calidad de la condición de ocupación y reducción de la actividad económica.¹³

En síntesis, los/as productores/as parecen afectados/as por condiciones estructurales, procesos que se fueron acelerando en las últimas décadas que se profundizan con el cambio de orientación de la política pública nacional y provincial; los/las consumidores/as parecen más afectados por las condiciones de coyuntura político-económicas y las formas en que estas afectan a su vida cotidiana.

Es decir, Mercado Territorial se inicia en un contexto socio económico y político de incertidumbre (septiembre de 2015). Luego de 12 años de gobierno continuado de un mismo signo político (Frente para la Victoria: Néstor Kirchner y Cristina Fernández 2003-2015) el candidato oficialista Daniel Scioli se enfrentaba a una coalición opositora encabezada por Mauricio Macri. En el ballottage, Mauricio Macri ganó las elecciones y el 10 de

diciembre de 2015 asumió la Presidencia de la Nación. El gobierno de Cambiemos, como se indicó, empeoró, en términos generales, las condiciones para el desarrollo de la actividad de los y las productores/as hortícolas y de vida de los/as consumidores/as.

Otro elemento de la red afectado durante el gobierno encabezado por la Alianza Cambiemos fue el sistema científico-universitario-tecnológico. A lo mencionado en el caso del INTA, cabe mencionar el ajuste presupuestario en las Universidades Nacionales dado por una pérdida real del presupuesto universitario (comparando la variación del importe en pesos del presupuesto universitario contra la variación del índice de precios al consumidor), el atraso en la ejecución de las partidas presupuestarias, el desfinanciamiento de políticas públicas orientadas al sector y el aumento del peso de los salarios y los gastos comunes en el presupuesto de las instituciones.¹⁴

Respecto del sistema universitario-científico-tecnológico en el caso de MT vale destacar que de la red participan las Universidades Nacionales de Quilmes y Jauretche (Florencio Varela), la Universidad de Buenos Aires y el INTA. Pero es fundamental reconocer el carácter de iniciativa universitaria de desarrollo territorial y de la Economía Social y Solidaria (ESS) de la propuesta. Mercado Territorial es un desarrollo del Observatorio del Sur de la Economía Social y Solidaria¹⁵ - CREES. El CREES tiene su origen en el 2006 como Proyecto de Voluntariado Universitario en la UNQ y actualmente articula estrategias de formación, investigación, extensión e incubación que se orientan al desarrollo territorial en ESS.¹⁶

¹² CESO (2014).

¹³ CESO (2019) y CIFRA (2019 a, b, c, d, e y f).

¹⁴ IEC (2019).

¹⁵ El Observatorio del Sur de la Economía Social y Solidaria es una unidad académica del Departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional de Quilmes. Ver: <http://observatorioess.org.ar>

¹⁶ Arnaiz, *et al*, (2011); CREES, (2019b).

MT se inicia en la Incubadora Universitaria en ESS de Economía, Mercados y Finanzas en articulación a la de Diseño y Comunicación del Programa Universitario de Incubación Social (PUIS).¹⁷ En ese marco, tiene como principal antecedente el trabajo en el desarrollo de propuestas de comercialización que se realizan en la UNQ en conjunto con la Mesa de Promoción de la Economía Social y Solidaria que reúne organizaciones de Quilmes, Florencio Varela y Berazategui. Entre esas acciones se destaca el desarrollo de Ferias de Economía Popular, Social y Solidaria con la utilización de un sistema de crédito solidario que se implementa a través de una moneda social para dinamizar los intercambios, problematizar el dinero en tanto construcción social, fortalecer y valorar las vinculaciones y entramados sociales que hacen a la construcción de la feria en tanto mercado en clave de ESS.¹⁸

II. APUNTES PARA PENSAR, DESCRIBIR Y ANALIZAR LA EXPERIENCIA DE MERCADO TERRITORIAL

Entre otros posibles, se propone un recorrido por experiencias de organización de la comercialización y el consumo. La propuesta parte de la experiencia histórica de los Pioneros de Rochdale y llega hasta las experiencias contemporáneas de comercialización y consumo organizado.

Sobre las formas de organizar la comercialización y el consumo aparecen, a priori, tres

Es fundamental reconocer el carácter de iniciativa universitaria de desarrollo territorial y de la Economía Social y Solidaria (ESS) de la propuesta.

grandes vertientes de conceptos y experiencias a partir de las que organizar el estudio de la problemática y el caso:

- las centradas en la organización del consumo;
- las que se centran en la organización de la producción y comercialización; y
- las enmarcadas como comercio justo.

II. A. EXPERIENCIAS CENTRADAS EN LA ORGANIZACIÓN DEL CONSUMO

En la primera vertiente, la centrada en la organización del consumo, podemos ubicar a la que “generalmente se considera el hito fundacional del cooperativismo moderno: la Sociedad Equitativa de los Pioneros de Rochdale (Inglaterra, 1844)”.¹⁹ Es decir, que la primera *cooperativa moderna* es una cooperativa de consumo.

En Argentina, aunque suele señalarse a la Sociedad Cooperativa de Seguros Agrícolas y Anexos Limitada El Progreso Agrícola, de Pigüé (1898, provincia de Buenos Aires) como el inicio formal del movimiento en el país,²⁰ según Plotinsky:

Las primeras manifestaciones del movimiento cooperativo desarrolladas en nuestro país corresponden a la rama del consumo. La referencia más antigua remite a la Asociación Panadería del Pueblo, fundada en Paraná (Entre Ríos) en octubre de 1857”.²¹

¹⁷ Chiroque Solano y Niño, (2019); Daga, et. al, (2018). El Programa Universitario de Incubación Social se crea por la Resolución del Consejo Superior de la Universidad Nacional de Quilmes 132/13 con un doble anclaje en las Secretarías de Extensión y de Innovación y transferencia con el objetivo de potenciar procesos socioeconómicos asociativos y solidarios de valorización económica, aprendizaje e innovación socio-técnica, en el marco del desarrollo estratégico del sector de la economía social y solidaria. Ver: <https://observatorioess.org.ar/puis/>

¹⁸ Arnaiz, Errecalde, Recalde (2017); Pastore (2014).

¹⁹ Martí (2014), 101.

²⁰ Schujman (1984).

²¹ Plotinsky (2015), 160.

Es decir que, casi 70 años antes de la primera Ley de Cooperativas del país (número 11388), se registran experiencias orientadas por la cooperación entre consumidores/as siguiendo las ideas y principios de los Pioneros de Rochdale.

Siguiendo a Plotinsky se pueden observar una serie de experiencias cooperativas que cierran o se transforman en poco tiempo hasta la constitución en 1905 de El Hogar Obrero (EHO). Además de ser la primera entidad no europea aceptada como adherente por la Alianza Cooperativa Internacional en 1910, El Hogar Obrero promovió la creación y desarrollo de otras experiencias organizadas por la cooperación y orientadas al consumo en todo el país. Entre ellas, en 1920 en la Ciudad de Bahía Blanca:

...crearon la entonces llamada Sociedad Cooperativa Obrera Limitada Molinera, Panadera y Anexos, con el objetivo de producir pan para mejorar la calidad, asegurar el peso exacto y abaratar un producto que era esencial en la mesa familiar. El 1 de mayo de 1922, Día de los Trabajadores, comenzó a funcionar la primera panadería y en 1932 abrió el primer almacén, iniciando así la que sería su actividad principal, desarrollada hoy a través de una cadena de autoservicios bajo el nombre Cooperativa Obrera.²²

La Cooperativa Obrera por su vigencia, tamaño y alcance es, probablemente, la experiencia cooperativa de organización del consumo más grande e importante del país: 1.600.000 asociados/as y 66 sucursales en 4 provincias.²³

Según el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social²⁴ en Argentina existían, en

Las Ferias Francas fueron un dispositivo innovador: promovieron la comercialización directa del/la productor/a al consumidor/a. Y, además, colaboraron en la construcción en torno al Productor de la Agricultura Familiar como sujeto y actor social.

2006,²⁵ 1089 (14,1% del total) cooperativas de consumo siendo el cuarto tipo cooperativo con mayor cantidad de entidades (luego de trabajo, servicios públicos y vivienda). 111 cooperativas (de 15 de los 24 distritos del país) se encuentran asociadas en la Federación Argentina de Consumo creada el 3 de julio de 1932.²⁶

Según Tedesco,

Las cooperativas de consumo en Argentina tienen 1.443.185 asociados, y están presentes en 101 localidades. El 71% de estas tienen menos de 25 mil habitantes. Las entidades relevadas tienen en promedio 72 años de antigüedad, y configuran el 4,07% de la participación de mercado de supermercados.²⁷

²² Cooperativa Obrera (s/f. a y b). En 2019 desde el INAES se anunciaron los resultados de un nuevo censo/re-empeñamiento de las cooperativas y mutuales de la Argentina. Sin embargo, los resultados disponibles no resultan suficientes a los fines de este trabajo.

²³ FACC (s/f a y b).

²⁴ Tedesco (2016). El autor hace referencia al informe "Cooperativismo de consumo en Argentina: situación actual y perspectivas de desarrollo", realizado por el Gabinete Universitario de Investigación, Docencia y Extensión sobre Cooperativas y Otras Entidades de la Economía Social (GIDECOOP) de la Universidad Nacional del Sur (Bahía Blanca) en colaboración con la Federación Argentina de Cooperativas de Consumo y financiado por el Programa de Educación en Cooperativismo y Economía Social en la Universidad, de la secretaría de Políticas Universitarias de la Nación al que a la fecha no se pudo acceder.

²² Plotinsky (2015), 162.

²³ Datos obtenidos de la página web de la Cooperativa.

²⁴ INAES (2008), 25.

Otra expresión de las formas organizativas tradicionales o históricas de la ESS²⁸ centrada en la organización del consumo son las asociaciones mutuales que dentro de su prestación de servicios desarrollan la actividad de proveeduría. En 2006 en Argentina, 1242 mutuales (que representan el 39% del total) tienen aprobado el reglamento para prestar este tipo de servicio económico convirtiéndose en la segunda actividad con más reglamentos aprobados luego de “Otorgamiento de subsidios” (1570, 49.2%).²⁹

II.B. EXPERIENCIAS CENTRADAS EN LA ORGANIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

En la otra vertiente, es decir, la que se orienta a la organización de los y las productores/as para comercializar su producción una primera referencia son las cooperativas agrarias. Las cooperativas agrarias en Argentina tienen múltiples antecedentes: desde las colonias jesuitas hasta la propia cooperativa de Pigüé mencionada anteriormente. Sin embargo, a priori, este tipo de experiencias no se orienta a la comercialización para el consumo final, sino que busca mejorar las condiciones de acopio y comercialización de la producción agrícola.³⁰

²⁸ Pastore (2006 y 2010) propone dos trayectorias que convergen en la llamada Economía Social y Solidaria: Economía social tradicional o histórica (Cooperativas, Mutuales y Asociaciones civiles) y Nueva Economía Social o Economía Solidaria (emprendimientos socio-productivos familiares y asociativos, empresas recuperadas; experiencias de ferias sociales, ferias francas, comercio justo, mercados de moneda local, clubes del trueque; entidades de microcrédito, banca social, banca ética; empresas sociales y de inserción, emprendimientos socioculturales, huertas familiares y comunitarias, asociativismo rural).

²⁹ INAES (2008), 29.

³⁰ Al iniciar la investigación se suponía que Agricultores Federados Argentinos Sociedad Cooperativa Limitada era una cooperativa de tipo agropecuaria con venta al consumidor final, sin embargo en el artículo 1° de su Estatuto establece que funciona como “una cooperativa de consumo, provisión, transformación y comercialización”. (AFA, 2016).

Una estrategia diferente de organización de los/as productores/as para la comercialización, y la de mayor importancia para este trabajo, es la de las Ferias Francas de Misiones. Esta experiencia se inició en Oberá en 1995 como respuesta a la crisis socioeconómica que atravesaba el país y con el impulso del Movimiento Agrario Misionero en conjunto con el Programa Cambio Rural del INTA.³¹ El Movimiento Agrario Misionero se constituyó en 1971 -una de las experiencias de las Ligas Agrarias del Nordeste- como una forma de resistencia, organización y construcción de propuestas alternativas para el desarrollo agrícola de los y las pequeños/as y medianos/as productores/as.³²

Las Ferias Francas fueron un dispositivo innovador: promovieron la comercialización directa del/la productor/a al consumidor/a. Y, además, colaboraron en la construcción en torno al Productor de la Agricultura Familiar como sujeto y actor social. Según Dumrauf, en el año 2014 “funcionaban 539 Ferias y/o Mercados Solidarios lo que da una idea de la expansión y desarrollo de este tipo de dispositivo de comercialización de la Agricultura Familiar”.³³

Otra forma de organización que parte de la producción y la comercialización son los *food hub*. Palacios Argüello, Morganti y González Feliu definen los definen como:

(...) un sistema colaborativo entre productor, distribuidor y comerciante eliminando intermediarios con el fin de acortar la cadena; su función principal es fortalecer la oferta de productos agroindustriales; las características de un *Food hub* propias de las actividades que desempeñan pueden ser de naturaleza comercial o logística cuyo objetivo es agregar valor al producto final.³⁴

³¹ Pereira (2006).

³² Rodríguez (2009).

³³ Dumrauf (2006).

³⁴ Palacios Argüello, Morganti y González-Feliu (2017), 7.

En ese sentido, los autores indican que los *Food hub* surgen por las demandas de distintos actores: las comunidades que requerían alimentos frescos; las autoridades sanitarias por la necesidad de alimentos sanos; los y las productores/as locales por mejores accesos a los mercados y los gobiernos locales como una forma de promoción del territorio. La experiencia surge y se difunde en Estados Unidos donde, para 2012, existían al menos unos 170 centros con presencia en al menos 32 de los 50 estados.³⁵

II.C. EXPERIENCIAS CARACTERIZADAS COMO DE COMERCIO JUSTO

La tercera vertiente está constituida por un conjunto de experiencias que podrían ser caracterizadas como de Comercio Justo, en tanto que:

(...) no se configura sólo como una relación comercial, sino que busca establecer un vínculo de cooperación y asociación entre los productores del Sur y los importadores del Norte, basado en la igualdad y el respeto mutuo. En el comercio justo, el consumidor consciente no adquiere sólo productos, sino que el estar informado sobre el origen del producto (en los aspectos éticos y ambientales) asume relaciones de compromiso con los productores.³⁶

El concepto tiene su origen en el hemisferio norte y surge como crítica a las relaciones socioeconómicas desiguales establecidas entre los países de ambos hemisferios a mediados del siglo XX. Sin embargo, “el concepto de comercio justo se amplió, extendiendo esta definición al comercio practicado internamente en los países, revalorizando el mercado local”.³⁷

³⁵ Ídem.

³⁶ Cotera y Roca (2009), 77.

³⁷ Cotera y Roca (2009), 79.

Un grupo de experiencias de la ESS en expansión en entornos urbanos en Argentina son las comercializadoras solidarias. La idea de intermediación solidaria surge en contraposición a las formas de intermediación tradicional regidas por los principios del modelo capitalista.

Dentro de estas formas se destacan, para pensar el caso de MT en este estudio preliminar, dos grupos de experiencias: los circuitos cortos de comercialización y las comercializadoras solidarias.

CEPAL, FAO e IICA proponen a los circuitos cortos como una forma de promoción y desarrollo de la Agricultura Familiar y el desarrollo local y los definen como

sistemas agroalimentarios alternativos que agrupan diferentes formas de distribución caracterizadas principalmente por un número reducido (o incluso inexistente) de intermediarios entre consumidores y productores o por una limitada distancia geográfica entre ambos.

E indican que para los/as productores/as es una forma de “diversificar la producción, capturar un mayor valor y asegurar un ingreso más estable” mientras que para las comunidades locales, es “una forma de relocalización de las cadenas de valor que trata de mantener el valor en los territorios, generando empleos, capturando valor a partir de activos inmateriales”.³⁸

³⁸ CEPAL (2014), 2.

Un grupo de experiencias de la ESS en expansión en entornos urbanos en Argentina son las comercializadoras solidarias. Y estas experiencias ponen en debate el concepto de intermediación solidaria. La idea de intermediación solidaria surge en contraposición a las formas de intermediación tradicional regidas

por los principios del modelo capitalista –maximización de ganancias–, y asociado fundamentalmente con la función operativa de distribución de los productos desde los productores a los consumidores.

y proponen

efectuar transacciones bajo condiciones de transparencia, guiadas por una ética de solidaridad (...) valorizando en su lugar, a todos los integrantes de la trama de valor y desarrollando relaciones de respeto mutuo y confianza.³⁹

En 2017 se relevaron 24 comercializadoras⁴⁰ solidarias que desarrollan diferentes formas de trabajo bajo distintas tipologías organizativas (cooperativas de trabajo y consumo, asociaciones civiles, fundaciones y organizaciones de hecho). Una expresión de estas organizaciones es la Red Nacional de Organizaciones Comercializadoras y de Consumo de la Economía Social, Popular y Solidaria que reúne nueve experiencias de comercialización⁴¹ con el objetivo de:

(...) gestionar proyectos comunes (...), realizar compras colectivas que repercutan en una construcción de precios más justa para productores y consumidores, visibilizar al sector a través de estrategias de comunicación conjuntas y posicionar a las organizaciones que con-

forman la Mesa como un actor representativo frente a instituciones públicas y privadas.⁴²

III. CONSIDERACIONES FINALES. TRAMAS Y CIRCUITOS PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

Existen muchos y valiosos antecedentes documentados para pensar y analizar Mercado Territorial en particular y diferentes estrategias de organización de la comercialización y consumo desde la ESS en general.

Sin embargo, la documentación relevada se centra en un tipo de experiencia, sector o sujeto (las cooperativas, las ferias, las organizaciones de la Agricultura Familiar, las comercializadoras). Aunque en muchos casos se presentan o suponen como estrategias de desarrollo territorial en clave de ESS, parecen, a priori, no proponer vinculaciones conceptuales que se visualizan en la práctica entre estas distintas experiencias.

En esta línea, surgen estudios particulares que piensan, analizan y proyectan estas experiencias en redes territorializadas más amplias. Pastore propone pensarlas como circuitos socioeconómicos.

Los socioeconómicos son un tipo de circuito específico cuyas “finalidades, actores, relaciones y territorialidad ‘encastran’ lo económico en función de las necesidades sociales”⁴³ favoreciendo a organizaciones de productores/as y consumidores/as que se vinculan en tramas de trabajo de “entidades y actores locales, entre las cuales se incluyen en lugar importante las organizaciones económicas en manos de los trabajadores y las comunidades”.⁴⁴

³⁹ Perret (2017), 81.

⁴⁰ Entre las 24 se encuentran Mercado Territorial y el Almacén Autogestivo, experiencias impulsadas desde la Universidad Nacional de Quilmes.

⁴¹ ANSOL (2018).

⁴² Red Nacional de Organizaciones Comercializadoras y de Consumo de la Economía Social, Popular y Solidaria (2018).

⁴³ Pastore (2019), 44.

⁴⁴ Ídem.

En esos circuitos no sólo circulan mercancías sino que resulta necesario el intercambio y la construcción que dan sentido a prácticas contra-hegemónicas.

Según Pastore, son una propuesta de “democratización económica” y

su dinamismo y sostenibilidad en el tiempo se asocia a procesos efectivos de ampliación y mejora en las condiciones económicas, tecnológicas y de capacidades de los sujetos y actores involucrados, tanto capacidades subjetivas y de las unidades particulares, como de las capacidades colectivas, relacionales e institucionales.⁴⁵

En ese sentido, esas tramas tienen la potencialidad de generar y apropiarse de valor para hacer crecer (en alcance, densidad, dinamismo) el propio circuito socioeconómico. Pero en esos circuitos no sólo circulan mercancías sino que resulta necesario el intercambio y

la construcción que dan sentido a prácticas contra-hegemónicas.

Este aspecto resulta fundamental, ya que la dimensión pedagógica, la vincular y la comunicacional deben ir de la mano de mecanismos eficientes de compra venta, gestión, administración y logística.

En esta clave, y a partir de la experiencia y trayectorias presentadas nos preguntamos:

- ¿Cuáles son los elementos conceptuales y/o prácticos que vinculan a las diferentes experiencias que coexisten en la actualidad? ¿Cuáles con las experiencias pioneras?
- ¿Existen vinculaciones comerciales, políticas o de otro tipo entre estas experiencias que son relatadas y analizadas por separado?

¿Es posible establecer un análisis de la red que presente a los distintos sujetos y componentes que hacen al caso en clave de circuito socioeconómico?

- ¿Cuál es el potencial de este tipo de experiencias articuladas para ganar en escala y/o re-aplicarse? ¿Cuáles son los núcleos problemáticos a trabajar para fortalecerlas?

⁴⁵ Pastore (2019), 47 y 48.

BIBLIOGRAFÍA

AFA (2016). Testimonio del estatuto social reformado de “Agricultores federados argentinos sociedad cooperativa limitada”. Recuperado de la web: http://afa.afascl.coop/Estatuto_AFA.pdf Último acceso: 3/5/20.

ANSOL (2018). “Consumidores y comercializadoras se presentan en sociedad y reclaman compre cooperativo”. Agencia de Noticias Solidarias. Publicado el 23/04/18 en la sección economía. Recuperado de la web: https://ansol.com.ar/2018/04/23/consumidores-y-comercializadoras-se-presentan-en-sociedad-y-reclaman-compre-cooperativo/?fbclid=IwAR0Hf_87GtsrlfwBcz6akxMF8hSKKB2qYv9a_6OZazDvTnoNAuu7jTwsuno Último acceso: 3/5/20.

Arnaiz, C.; Errecalde, S.; Martínez, M. y Recalde, E. (2011). “Construyendo Redes Emprendedoras en Economía Social. El cuidado del otro: prácticas sociales y voluntariado”. Quilmes, Argentina: Secretaría de Extensión, Universidad Nacional de Quilmes.

Arnaiz, C; Errecalde, S y Recalde, E. (2017). "Finanzas Solidarias para el desarrollo de Mercados Solidarios. La experiencia de las Ferias de la Universidad Nacional de Quilmes (2010-2012)". Revista *Divulgatio*, Perfiles Académicos de Posgrado. Volumen 1, N° 3. Secretaría de Posgrado. Universidad Nacional de Quilmes.

BORA (2017a). Decreto 302/17. Organigrama del Ministerio de Agroindustria. Presidencia de la Nación.

BORA (2017b). Resolución 249-E/2017. Programa Cambio Rural. Ministerio de Agroindustria. Presidencia de la Nación.

CEPAL (2014). "Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar". *El boletín* CEPAL/FAO/IICA.

CESO (2014). "Economía popular y trabajo". Centro de Estudios Scalabrini Ortíz. Buenos Aires. Argentina.

CESO (2019). "Salir de la deflación. Informe económico mensual". Enero 2020. Centro de Estudios Scalabrini Ortíz. Buenos Aires. Argentina.

CIFRA (2019a). "El balance del modelo económico de Macri". Informe de coyuntura N° 32. Centro de Investigación y Formación de la República Argentina. Central de Trabajadores de la Argentina (CTA de los trabajadores).

CIFRA (2019b). "Cambios metodológicos en la medición de la pobreza en Argentina. Revisión y construcción de series homogéneas". Documento de Trabajo N° 16. Centro de Investigación y Formación de la República Argentina. Central de Trabajadores de la Argentina (CTA de los trabajadores).

CIFRA (2019c). "Cambios metodológicos en la medición de la pobreza en Argentina. Revisión y construcción de series homogéneas". Informe sobre situación del mercado de trabajo N°6. Centro de Investigación y Formación de la República Argentina. Central de Trabajadores de la Argentina (CTA de los trabajadores).

CIFRA (2019d). "Mayor desigualdad". Centro de Investigación y Formación de la República Argentina. Central de Trabajadores de la Argentina (CTA de los trabajadores).

CIFRA (2019e). "El incremento en las tarifas de servicios públicos y su peso sobre los salarios". Enero 2019. Centro de Investigación y Formación de la República Argentina. Central de Trabajadores de la Argentina (CTA de los trabajadores).

CIFRA (2019d). "Pobreza e indigencia afectan crecientemente a los hogares argentinos". Centro de Investigación y Formación de la República Argentina. Central de Trabajadores de la Argentina (CTA de los trabajadores).

Chiroque Solano, H. A. y Niño, L. (2019). "La experiencia de la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas Solidarias de la Universidad Nacional de Quilmes. Incubación de procesos para impulsar circuitos económicos solidarios". *Otra Economía*, 12(21), 248-260.

Cooperativa Obrera a (s/f). "Qué es la cooperativa obrera". Rescatado de: <https://www.cooperativaobrera.coop/que-es-la-cooperativa-obrera/una-empresa-diferente> Último acceso: 13 de abril de 2020.

Cooperativa Obrera b (s/f). "Sucursales. La coope hoy". Rescatado de: <https://www.cooperativaobrera.coop/la-coope-hoy/sucursales> Último acceso: 13 de abril de 2020.

CREES (2019a). "Circuitos socioeconómicos de producción, circulación y consumo de alimentos". Observatorio del Sur de la Economía Social y Solidaria - CREES, Departamento de Economía y Administración, Universidad Nacional de Quilmes. Bernal, Argentina.

CREES (2019b). "Construyendo Redes emprendedoras en economía social y solidaria". Observatorio del Sur de la Economía Social y Solidaria - CREES, Departamento de Economía y Administración, Universidad Nacional de Quilmes. Bernal, Argentina.

Cotera, A. y Roca, H. (2009). "Comercio Justo. Diccionario de la otra economía. Lecturas sobre Economía Social". Cattani, A., Coraggio, J.L. y Laville, J. (organizadores). Universidad Nacional de General Sarmiento, Ediciones Altamira, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires, pp. 76-86.

Daga, A., Errecalde, S., Fernández, G., Marchand, N. "Incubando procesos en clave de economía social y solidaria". Propuesta del Programa Universitario en Incubación Social de la Universidad Nacional de Quilmes. Revista *Hábitat Inclusivo* - número 10. Instituto de la Espacialidad Humana. Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo. Universidad de Buenos Aires.

Di Santi, M; Slipczuk, M. (2018) "Gas, luz y agua: cuánto subieron las tarifas con Cambiemos y cómo siguen los aumentos". *Chequeado*. Disponible en: <https://chequeado.com/el-explicador/gas-luz-y-agua-cuanto-subieron-las-tarifas-con-cambiemos-y-como-siguen-los-aumentos/> Último acceso, 1 de mayo de 2020.

Dumrauf, S. (2006). "Modalidades alternativas de comercialización para la Agricultura Familiar". Debates: enseñanza, investigación y extensión de las Ciencias de la Naturaleza. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

Errecalde, S., Recalde, E., Silombra, A. (2019). "Comunicación en Mercados: Productos, procesos y perspectivas desde las experiencias incubadas en la Universidad Nacional de Quilmes". Ponencia. II Congreso Nacional de Economía Social y Solidaria. Universidad Nacional de Quilmes, Red Universitaria en Economía Social y Solidaria. Bernal, Argentina.

FACC (s/f a). Asociadas. Federación Argentina de Cooperativas y Mutuales. Rescato de la web: <https://www.faccargentina.coop/asociadas.html> Último acceso, 1 de mayo de 2020.

FACC (s/f b). Historia. Federación Argentina de Cooperativas y Mutuales. Rescato de la web: <https://www.faccargentina.coop/historia.html> Último acceso, 1 de mayo de 2020.

Feito, M.C. (2018). "Problemas y desafíos del periurbano de Buenos Aires". *Estudios Socioterritoriales*. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Tandil, Argentina.

Feito, M.C.; Boza, S. y Peredo, S. (2019). "La agricultura en los periurbanos de Buenos Aires (Argentina) y Santiago (Chile): Territorios en transición". *Quid* 16 N°11 (32-54). Instituto Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. Argentina.

IEC (2019). [Presentación de diapositivas] Análisis de la política de financiamiento para las Universidades Nacionales 2016/2019 - 15 puntos básicos. Instituto de Estudios y Capacitación, Confederación Nacional de Docentes Universitarios (IEC, CONADU). Buenos Aires, Argentina.

INAES (2008). *Las Cooperativas y Mutuales en la República Argentina*. Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social, Ministerio de Desarrollo Social. Buenos Aires, Argentina.

INTA (2014). "Agricultura Urbana y Periurbana en el Área Metropolitana de Buenos Aires: Creación de la Estación Experimental Agropecuaria AMBA". Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Argentina.

Martí, J.P. (2014). "Notas para la construcción de una historia del cooperativismo en América Latina". En Albuquerque, P., Pereyra, K., Schujmann, M. y Tomatis, K. (compiladores). *Economía Social y Solidaria: praxis, vivencias e intenciones*. pp. 89-120. Ediciones del revés. Argentina.

MT (2017). Asamblea de productores/as y consumidores/as de Mercado Territorial Sep-2017. Rescatado de la web: <https://www.facebook.com/notes/mercado-territorial->

agricultura-familiar/asamblea-de-productoras-y-consumidoras-de-mercado-territorial-sep-2017/533597723652811/?__tn__=HH-R Último acceso: 1 de mayo de 2020.

Pastore, R. (2006). "Diversidad de trayectorias, aproximación conceptual y pluralidad de proyectos de la Economía Social". Documento 54 del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.

Pastore, R. (2010) "Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en la Argentina". *Revista de Ciencias Sociales*, Año 2, N° 18, Universidad Nacional de Quilmes.

Pastore, R. (2014). "Construyendo espacios universitarios de formación de actores de la economía social y solidaria. Reflexiones desde una práctica académica territorial". *Revista Voces en el Fénix* n° 38 "Historias extraordinarias" (pp. 76-83).

Pastore, R. (2019). "Circuitos socioeconómicos y emergencia alimentaria". *Revista de Ciencias Sociales* Segunda Época. N°37 (pp. 31-56). Universidad Nacional de Quilmes.

Pereira, S. (2006). "La Feria Franca de Oberá. Una organización de productores familiares, sus instituciones y su proximidad territorial". Tesis de Maestría en Sistemas de Producción Agrícola para Áreas de Subsistencia. Facultad de Agronomía. Universidad de Buenos Aires.

Perret, M. (2017). "Comercializadoras solidarias: abriendo caminos para la economía social y solidaria". Caracciolo, M. (Coordinadora). *Economía Social y Solidaria en un escenario neoliberal: algunos retos y perspectivas*. Pp. 73-90. Centro de Estudios Urbanos y Regionales, Comisión Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CEUR-CONICET). Buenos Aires, Argentina.

Plotinsky, D. (2015). "Orígenes y consolidación del cooperativismo en la Argentina". *Revista Idelcoop* N°215. Pp. 157 - 178. Disponible en: <https://www.idelcoop.org.ar/revista/215/origenes-y-consolidacion-del-cooperativismo-argentina>

Premici, S. (2017) [Artículo periodístico]. "Sin lugar para los pequeños". *Diario Página 12*. Rescato de la web: <https://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-292328-2016-02-12.html> Último acceso: 3 de mayo de 2020.

Red Nacional de Organizaciones de Comercialización y Consumo (2018). Presentación de la Mesa de Organizaciones de Comercialización y Consumo. Rescatado de la web: https://www.facebook.com/pg/mesadecomercializacionyconsumosolidario/photos/?tab=album&album_id=1901204446836480&__tn__=UC-R. Último acceso: 3 de mayo de 2020.

Rodríguez, L. (2009). "Los radicalizados del sector rural. Los dirigentes del Movimiento Agrario Misionero y Montoneros (1971-1976)". *Mundo Agrario*, vol. 10, n° 19, segundo semestre de 2009. Centro de Estudios Histórico Rurales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata.

Rofi, D. (2017). [Artículo periodístico] "El nuevo Cambio Rural excluye a la agricultura familiar". *Diario La Nación*. Disponible en la web: <https://www.lanacion.com.ar/economia/campo/el-nuevo-cambio-rural-excluye-a-la-agricultura-familiar-nid2061841> Último acceso: 2 de mayo de 2020.

Schujman, L. (1984). "El cooperativismo en la Argentina". *REVESCO*. Estudios cooperativos n° 52. Pp. 125-135. Universidad Complutense de Madrid.

Tedesco, M. (2016). "Cooperativismo de consumo en argentina: actualidad y perspectivas del sector". *Argentina Investiga*. Consejo Interuniversitario Nacional. Secretaría de Políticas Universitarias, Ministerio de Educación.

Universidad Nacional de Quilmes (2013). Conformación del Programa Universitario de Incubación Social. Resolución del Consejo Superior 132/13. Bernal.