

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 solidarios¹

A experiência da Incubadora Universitária de Economia, Mercados de Solidariedade e Finanças da Universidade Nacional de Quilmes. Incubação de processos para promover circuitos econômicos solidários

The experience of the University Incubator of Economy, Solidarity Markets and Finances of the National University of Quilmes. Incubation of processes to promote solidarity economic circuits

Henry Anthony Chiroque Solano*

henry.chiroque@unq.edu.ar

Laura Niño**

lnino@unq.edu.ar

Resumen: El presente documento tiene como finalidad aportar al debate de la incubación universitaria, específicamente de procesos transversales a la economía social y solidaria. Para ello comparte la experiencia desarrollada desde 2014 por la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas Solidarias de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), Argentina, en la generación y fortalecimiento de mercados sociales. Socializamos los recorridos, aprendizajes y planteamientos de las experiencias de: el Almacén Autogestivo, Mercado Territorial de la Agricultura Familiar y Central Cooperativa.

Palabras clave: mercados sociales, circuitos cortos de comercialización, procesos de incubación, circuitos económicos solidarios.

Resumo: O objetivo deste documento é contribuir para o debate sobre a incubação universitária, especificamente em processos transversais à economia social e solidária. Para isso, compartilha a experiência

¹ Queremos reconocer al equipo de trabajo de la IUEMFS que permitió la construcción de este artículo, Emiliano Recalde, Christian Arnaiz, Martín Garo, Nelly Cardozo, Ana Laura Landriel, Blanca Peletay, Analía Adamo, Flor Arana, Fabian Paz, Sergio Callizaya, Leidy Ortíz.

* Incubadora Universitaria en Economía, Mercados y Finanzas Solidarias, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina.

** Incubadora Universitaria en Economía, Mercados y Finanzas Solidarias, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina.

desenvolvida desde 2014 pela Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas Solidarias da Universidad Nacional de Quilmes, na Argentina, na geração e fortalecimento de mercados sociais. Socializamos as rotas, aprendizados e abordagens das experiências de: Almacén Autogestivo, Mercado Territorial de la Agricultura Familiar e Central Cooperativa.

Palavras-chave: mercados sociais, circuitos curtos de marketing, processos de incubação, circuitos econômicos solidários.

Abstract: The purpose of this document is to contribute to the debate on university incubation, specifically on processes that are transversal to the social and solidarity economy. For this, it shares the experience developed since 2014 by the Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas Solidarias of the Universidad Nacional de Quilmes, Argentina, in the generation and strengthening of social markets. We socialize the pathways, learnings and approaches of the experiences of: Almacén Autogestivo, Mercado Territorial de la Agricultura Familiar and Central Cooperativa.

Key words: social markets, short marketing circuits, incubation processes, solidarity economic circuits.

Introducción

Este artículo tiene como objetivo aportar al debate de la Incubación Universitaria, específicamente en procesos transversales de la economía social y solidaria (ESS), como es el caso de la generación y fortalecimiento de mercados sociales. Para ello sistematizamos las prácticas académico-territoriales de incubación de procesos desarrollada por la Incubadora Universitaria de Economía, Mercado y Finanzas Solidarias (IUEMFS) de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ).

La IUEMFS forma parte del Programa Universitario de Incubación Social (PUIS) de la UNQ y de la amplia trayectoria universitaria del Proyecto CREES.² La incubadora inició sus actividades en 2014, con el objetivo contribuir al desarrollo de circuitos económicos solidarios, a través de la construcción o fortalecimiento de redes de productores/as (cooperativas, empresas recuperadas, emprendimientos, productores/as de la agricultura familiar, entre otros), comercializadoras y consumidores/as de la ESS. Desarrolla su accionar de vinculación universitaria desde un paradigma de co-construcción de conocimientos, orientada a la valorización económica e innovación socio-técnica en el campo de la ESS, impulsando el desarrollo o generación de mercados sociales en la región metropolitana de Buenos Aires, Conurbano y CABA.

Para ello la IUEMFS promueve la articulación con diversas organizaciones de la ESS y entidades del sistema científico-técnico, con la finalidad de desarrollar tres tipos de mercados: a) mercado de trabajadores organizados; b) mercados institucionales; y c) mercados territoriales. Además impulsa una línea de finanzas solidarias para la comercialización y consumo en ESS.

Esta forma de incubación de procesos a partir de la generación y fortalecimiento de mercados sociales, desarrolla diferentes mecanismos de interacción, asociativismo y co-gestión, impulsando la articulación en redes asociativas y entramados socioeconómicos de actores y sujetos vinculados a la ESS.

A partir de lo indicado, en este documento compartiremos las características y recorridos desarrollados en tres iniciativas de interés de la incubadora: el Almacén Autogestivo; Mercado Territorial de la Agricultura Familiar y Central Cooperativa.

² Sobre la experiencia del Proyecto CREES se recomienda: Pastore, Recalde, y Silva (2011); Chiroque, Mendy, Recalde (2015); Arnaiz, Errecalde, Martínez, Recalde y Silva (2011) y Pastore (2015). Para más información se recomienda visitar: <http://www.observatorioess.org.ar>

Necesidades sociales, circuitos alimentarios y ESS

Son diversas las problemáticas que enfrenta las unidades productivas del campo de la ESS para generar valor económico y una sostenibilidad en el tiempo, conservando su carácter asociativo, autogestivo, familiar o en red. Para Pastore (2014) “la ESS está constituida por emprendimientos, organizaciones y redes que realizan actividades económicas de manera regular (de producción, distribución, financiamiento o consumo), pero que llevan adelante dichas actividades con la finalidad de ampliar y/o mejorar las condiciones de vida -sea de sus propios integrantes, de un sector específico de la sociedad, de la comunidad local y/o del entorno. Al mismo tiempo, impulsan formas organizativas asociativas, erigidas en torno a principios de gestión democrática, compromiso con el medio, participación voluntaria y autonomía decisional, estructurándose en torno a valores constitutivos que privilegian a las personas, sus capacidades y vinculaciones” (Pastore, 2014:225).

En Argentina, reconocemos una amplia diversidad de trayectorias empíricas del sector que van desde espacios de trabajo asociativo más institucionalizado, como lo es el sector cooperativo y mutualista, hasta nuevas formas organizativas que devienen de procesos comunitarios, barriales y/o de subsistencia ante las recientes crisis económicas y que se incorporan al campo de la economía popular. También contemplamos en este gran campo a la agricultura familiar, que comprende unidades productivas de alimentos, basadas principalmente en el trabajo familiar o asociativo, sin explotar trabajo asalariado, y cuya producción se destina tanto para el autoconsumo como para el mercado (Balsa, 2011).

Uno de los mayores problemas a los que se enfrenta el campo de la ESS, es la fuerte concentración del mercado que precariza a estas unidades productivas. Según Caracciolo, Dumrauf, Moricz, González y Real (2012) los mercados, específicamente de alimentos, desarrollaron una tendencia a la alta concentración económica en manos de unas pocas cadenas de supermercados instalados en todo el territorio Argentino.³

Estos sistemas comerciales generan una distancia física y económica entre quienes producen y quienes consumen. En relación al primero, los productos recorren largas distancias generando un impacto ambiental negativo, pero también, quebranta vínculos e interacciones sociales de calidad humana, con consumidores que no saben la procedencia de los productos y productores que por su parte no pueden identificar el destino de su producción. Por su parte, la distribución desigual del valor económico es notable. Por ejemplo, un reciente estudio de la del denominado índice IPOD,⁴ indica que en promedio el consumidor paga 5,3 veces más en góndola de lo que recibe el productor en su quinta, o en otros términos que solo el 21,4% del precio final del producto es destinado al productor (CAME, 2019).

En ese contexto, se han desarrollado distintas experiencias territoriales de la ESS de conformación de redes de cercanía entre productore/as y consumidores/as como espacios de intercambio, que se expresan en diferentes dispositivos tales como: compras comunitarias (coordinadas y asociadas), mercados de proximidad (ferias territoriales), redes de comercialización y consumo (nodos organizados), etc.

Revisando lo anteriormente compartido, y sumando los diversos recorridos realizados desde el año 2006 por el Proyecto CREES, hemos identificado desde la IUEMFS diferentes problemáticas que

³ Estos autores sostienen que un núcleo de siete empresas (mayormente multinacionales) ejercen el control mayoritario de dichas cadenas, siendo algunas de ellas: Carrefour, Cencosud, Coto, La Anónima, Walmart y Casino, que si bien reúnen sólo el 15% de las bocas de expendio totales del país, venden el 58% del total de alimentos y bebidas de la Argentina.

⁴ IPOD refiere a la diferencia entre el precio de origen y el precio de destino de los alimentos agrícolas y ganaderos. Dichos estudios son realizados por el área de Economías Regionales de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME).

tienen que ver en primera instancia con los cambios institucionales a nivel nacional, provincial y local que han disminuido y en muchos casos directamente eliminado la asistencia técnica a dichas unidades productivas⁵ que fortalezca sus circuitos económicos solidarios, así como sus salidas comerciales.

Por otra parte, se enfrentan serias dificultades para generar estrategias de comercialización permanentes que achiquen las distancias físicas y económicas entre productores/as y consumidores/as, o dificultades para la consolidación de una logística apropiada que permita sostener el circuito de intercambio resguardando la calidad de los productos y sin encarecer el precio final, así como también para llevar adelante la gestión y organización del proceso comercial de manera apropiada. Sumado a ello las dificultades en la generación de productos, las acciones de comunicación para los emprendimientos y de los mercados, como así también la ausencia de sistemas integrales de identidad de los productos y los emprendimientos.

Del lado de los consumidores/as también identificamos varios problemas, teniendo como dificultad central en relación al precio de los productos, que como mencionamos anteriormente, están fijados de manera unilateral por las grandes empresas de alimentos y distribución, típicamente transnacionales. Por otra parte se evidencia una necesidad creciente por consumir productos de mejor calidad, mayor inocuidad, y a la vez generar mecanismos de acceso de estos productos a los sectores populares y trabajadores en general, más en un contexto de elevada devaluación e inflación.

En ese contexto, como adelantamos, la incubadora se propone contribuir a la generación y fortalecimiento de iniciativas de mercado social, entendiendo por mercado social, según la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS), “una red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios y aprendizaje común que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, en un territorio determinado, constituida tanto por empresas y entidades de la economía solidaria y social como por consumidores/as individuales y colectivos. Cuyo objetivo es cubrir una parte significativa de las necesidades de sus participantes dentro de la red y desconectar la economía solidaria de la economía capitalista, tanto como sea posible”.⁶

Una estrategia en esa dirección son los denominados Circuitos Cortos de Comercialización (CCC), un concepto que surge a mediados de los años 60 del siglo pasado a partir de experiencias de venta directa de productores/as a consumidores/as en distintas partes del mundo desarrollado⁷ (CEPAL, 2013). Si bien el concepto originario del CCC remite a aquellas formas de circulación agroalimentaria que sólo tienen una o ninguna figura intermediaria entre producción y consumo (López García, 2012), los desarrollos teóricos posteriores comenzaron a poner el énfasis no solo en el acortamiento de las distancias (a partir de la reducción en el número de intermediarios) entre productores/as y consumidores/as, sino también en las características de las relaciones que se producen entre dichos actores (Soler Montiel y Calle Collado, 2010) en el desarrollo de formas alternativas de abastecimiento. De igual manera, replantea el carácter más sistémico en relación a cuestiones sociales, económicas y ambientales con respecto a las formas hoy hegemónicas de producción de alimentos (CEPAL, 2013).

Por otro lado encontramos la perspectiva de consumo solidario y crítico, donde se busca que el consumo no se encuentre condicionado ni por la alienación promovida desde las publicidades engañosas -donde lo que se busca es asociar a determinados productos, conceptos o formas de vida

⁵ En adelante cuando indiquemos unidades productivas de la ESS haremos referencia a emprendimientos familiares, a la agricultura familiar, cooperativas y empresas recuperadas, redes y entramados.

⁶ La Carta de Principios de la economía solidaria es un documento de referencia que recoge las bases del enfoque y despliegue práctico de esta propuesta económica. Ha sido elaborado después de un largo diálogo por la Red de Economía Alternativa y Solidaria <http://www.economiasolidaria.org/carta.php>

⁷ Entre las primeras experiencias de CCC se destacan las Teikei (alianzas) en Japón, las food guilds (fincas comunitarias) en Suiza, el modelo de Community Supported Agriculture en Inglaterra y Estados Unidos, Grupi de Acquisto Solidale en Italia y las “Associations pour le maintien de la Agriculture Paysanne” en Francia (CEPAL, 2013).

que nada tienen que ver con el consumo de los mismos- ni por la escasez de recursos que conducen a un consumo de tipo compulsivo, pero que tampoco se circunscribe solo a la búsqueda del bienestar personal sino también al beneficio compartido, como un consumo político buscando promover formas de trabajo más equitativas sin que exista explotación de los trabajadores/as o productores/as.

Incubación de procesos y desarrollo económico asociativo

La IUEMFS⁸ se configura como un espacio multiactoral de coordinación, asociación y articulación entre diferentes organizaciones e instituciones del campo de la ESS. Tiene por finalidad contribuir al desarrollo de circuitos económicos solidarios, a través de la construcción, fortalecimiento y afianzamiento de redes de productores/as, consumidores/as y comercializadoras de la ESS en la región metropolitana de Buenos Aires (Conurbano y CABA).

La propuesta de la IUEMFS, tomando la concepción de la incubación de procesos⁹ y desde una perspectiva de integración de las funciones universitarias sustantivas (docencia, extensión e investigación), apunta a fortalecer los procesos de innovación socio-técnica, desarrollo económico asociativo, generación de valor agregado y fortalecimiento de entramados socioeconómicos, políticos y organizativos en los territorios en que actúa.

Para ello se propone contribuir al fortalecimiento y generación de tres tipos de mercados:

- mercados institucionales, se construye a partir de la incidencia en los tomadores de decisiones institucionales para la generación de canales de compras, comercialización y consumo de los diferentes insumos, productos y servicios de la ESS. Esto se puede dar a través de la participación de los diferentes presupuestos institucionales (municipios, universidades, institutos educativos, escuelas, hospitales, centros de salud, ministerios, sindicatos, gremios, etc.).
- mercados territoriales, en tanto espacios de intercambio, articulación y de coordinación entre diferentes actores, buscando promover el desarrollo asociativo y autogestivo para la constitución de circuitos cortos de comercialización, entre los productores/as y organizaciones territoriales. Se caracteriza por la promoción de prácticas autogestivas, desarrollando sistemas de intercambio de proximidad, a partir de acuerdos entre productores/as y consumidores/as (ferias, redes, entramados) mediada por la intermediación solidaria, mejorando las condiciones materiales y vinculares de sus integrantes a nivel territorial.
- mercado de trabajadores organizados, que se construyen a partir del desarrollo de mecanismos y espacios de articulación e intercambio entre productores/as de la ESS y consumidores/as, tanto en espacios institucionales u organizacionales, por ejemplo gremios o sindicatos. Parte de las necesidades y demandas de los consumidores/as, en un territorio determinado, y que pretende articularse con las ofertas de los productores/as de la economía social y solidaria.

Por otra parte, está articulado de manera transversal a una estrategia de acción en finanzas solidarias para el desarrollo de mercados sociales, vinculado a estudiantes, graduados/as, docentes y productores/as asociados a la comunidad de prácticas del CREES. Esta estrategia se organiza en dos líneas de acción:

⁸ Formalizada por Resolución del Consejo Superior 446/14 de la UNQ.

⁹ Pastore (2017) denomina incubación de procesos de cooperación social y solidaria a la instancia de interacción, comunicación, agrupamiento y coordinación asociativa orientada a fortalecer procesos estratégicos de valorización económica e innovación socio-técnica de la economía solidaria. En esa dirección, se busca fomentar procesos de autonomía y sostenibilidad socioeconómica impulsando estrategias de acuerdos asociativos, innovación socio-técnica y participación en circuitos económicos de mayor valor agregado.

- Crédito a la comercialización solidaria, orientado a promover el consumo de productos de la ESS en ferias y espacios de intercambio a través de una moneda social.
- Crédito para el fortalecimiento de experiencias de comercialización territorial, que busca aumentar la capacidad de compra a los productores/as, fortalecer espacios de distribución y promover la organización de los consumidores/as.

Algunas experiencias desarrolladas desde la incubación de procesos

Almacén Autogestivo en la UNQ

En octubre del año 2014, luego de diferentes gestiones institucionales, se inaugura en la UNQ el Almacén Autogestivo “Punto de encuentro de la Economía Social y Solidaria”, espacio donde se privilegia la relación directa entre la comunidad universitaria y diversas unidades productivas de la ESS. El Almacén es parte de la estrategia de construcción de mercados de trabajadores organizados, vinculándose a su vez con la de mercados territoriales.¹⁰

Es importante destacar la innovación institucional de la propuesta, siendo pionera en el desarrollo de esta experiencia en la universidad pública argentina, avanzando en relaciones institucionales construidas en diálogo con el entramado organizativo territorial.¹¹

El Almacén Autogestivo ofrece una variedad de más de 350 bienes, producidos por más de 50 cooperativas, empresas recuperadas, emprendimientos asociativos de diferentes partes del país, y que forman parte de la canasta básica de alimentos: aceite, azúcar, yerba, harinas y cereales, arroz, fideos, conservas, legumbres, grisines y tostadas, dulces y miel, condimentos, semillas, verduras deshidratadas, infusiones, vinos, golosinas, panificados, varios (productos escolares, agendas, entre otros).

A la actualidad cuenta con más de 5.000 consumidores/as, un 45% de los cuales son estudiantes universitarios, un 30% trabajadores de la UNQ (docentes 13% y personal administrativo y de servicios 12%), un 15% vecinos del territorio de incidencia de la universidad (Bernal Este y Oeste) y un 6% a visitantes eventuales.¹² En el transcurso de estos años (casi cinco al presente) ha consolidado un nivel de ventas anuales de más de 15 mil unidades de productos.

Por su parte, para la gestión del espacio cuenta con equipo de trabajo compuesto por tres egresadas de la Tecnicatura Universitaria en Economía Social y Solidaria (TUESS), acompañadas por integrantes de las Cooperativa de trabajo “Despiertavoces”, “La Ciudad” y “El Maizal”, así como docentes de esta incubadora y de la IU de Diseño y Comunicación.

Una de sus estrategias fundamentales para promover el fortalecimiento del mercado de los trabajadores organizados es el desarrollo del consumo en forma colectiva a través de los espacios de representación como son los sindicatos y otros tipos organizaciones o agrupamientos universitarios.¹³ Dentro de sus funciones de re-aplicación, multiactorialidad e incubación de procesos, el Almacén Autogestivo promueve la generación de espacios de comercialización en los territorios de incidencia

¹⁰ Ver Recalde, Chiroque Solano y Guerriere (2015).

¹¹ Resolución del Consejo Superior N°011/14 donde se declara el interés y la voluntad de la misma de fortalecer la ESS.

¹² El Almacén Autogestivo permanece abierto de Marzo a Diciembre desde 2014, durante los días lunes a viernes de 10 a 14 horas y de 15 a 19 horas.

¹³ El Almacén ha desarrollado acuerdos con ATASUNQ (sindicato de los trabajadores de administración y servicios) y ADIUNQ (sindicato de los docentes e investigadores). Dentro de las diversas experiencias desarrolladas, se articuló la provisión de canastas de tres a diez productos vinculados al consumo familiar o el consumo en las oficinas, todos ellos con un 10% de descuento. Por otro lado anualmente coordina con ADIUNQ para la organización y provisión de las Canastas Navideñas con productos de la ESS para sus afiliados.

de la UNQ, articulando principalmente con los trayectos formativos universitarios en ESS,¹⁴ así como con diferentes organizaciones y movimientos sociales, socializando la metodología de trabajo o proveyendo de apoyo a las estrategias de comunicación, financiamiento solidario o desarrollo logístico. Todo ello ha generado, entre otros dispositivos de intermediación solidaria, “Ferias de ESS”, “Almacenes Territoriales” o “Nodos de Comercialización”, abastecidas con alimentos de la ESS con precios que buscan ser justos para las y los productores, así como accesibles para las y los consumidores.

El “Almacén” a su vez forma parte de la Mesa de Comercializadoras de ESS, conformada por las Cooperativas: “Puente del Sur”, “Colectivo Solidario”, “Iriarte Verde”, “La Yumba” y “Caracoles y Hormigas”, el Instituto Nacional de Tecnologías Agropecuarias (INTA) y el Centro Regional Ecueménico de Asesoría y Servicios (CREAS).

Mercado territorial-Agricultura Familiar

Mercado Territorial-Agricultura Familiar (MT-AF) surgió hacia finales de 2015 como desarrollo de una de las líneas de trabajo de la IUEMFS, para desarrollar estrategias que puedan atender la necesidad del sector de la Agricultura Familiar para construir canales de comercialización que disminuyan la dependencia con los circuitos convencionales en donde las condiciones de intercambio comercial son determinadas unilateralmente por el intermediario o acopiador y pone en desventaja económica al productor. Posteriormente fuimos identificando una demanda creciente de consumidores/as con dificultad para acceder a alimentos frescos, de calidad y sanos.

Para ello se impulsó la construcción de una red multiactoral integrada por los distintos actores del circuito económico (producción, comercialización y consumo) con la colaboración de equipos universitarios y del sistema científico-técnico. La propuesta se gestó a partir de la vinculación de la UNQ (desde MT-AF) con organizaciones de la agricultura familiar, organizaciones barriales y comunitarias de cascos urbanos, cooperativas de trabajo y organizaciones de la ESS, junto con equipos del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), por ejemplo del Instituto de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Agricultura Familiar (IPAF). Posteriormente se incorporaron a esta red otras universidades y cátedras quienes venían trabajando problemáticas similares.

Desde esta perspectiva, MT-AF incubó procesos de interacción y alianza entre dichos actores para generar una estrategia de mercado social que disminuyera la distancia física y económica entre productores/as de la agricultura familiar y consumidores/as organizados, a partir del desarrollo de un circuito corto de comercialización. Este mercado se caracteriza por generar un intercambio mercantil de alimentos con una lógica de intermediación solidaria, que fortalece el intercambio simbólico y relacional entre los participantes y la reconstrucción del vínculo social a partir de la organización y problematización del consumo, promoviendo la participación activa de los diferentes actores y la democratización en la toma de decisiones con la generación de instancias colectivas como las asambleas entre productores/as y consumidores/as.¹⁵

El circuito se inicia en el 2015 con la distribución de bolsones de verdura de estación provenientes de dos organizaciones de productores/as hortícolas del cordón sur de Buenos Aires (Asociación de productores hortícolas la 1610 y Unión de Trabajadores de la Tierra), proponiéndose desde su inicio

¹⁴ Ver Pastore (2014).

¹⁵ Las asambleas entre productores/as y consumidores/as han sido una apuesta por generar instancias de participación activa de dichos actores y de todos aquellos vinculados a la red multiactoral. La asamblea se hace dos veces por año en la quinta de los productores/as hortícolas y se abordan temas de coyuntura del sector de la AF y la ESS, así como también la construcción social del precio. Allí se transparentan los costos que involucra la producción, la comercialización y la organización del consumo.

que la comercialización alternativa y la transición hacia la agroecología se trabajaría en paralelo. Para ello el rol de los agentes territoriales del INTA resulta fundamental, en particular en el acompañamiento al proceso de “transición agroecológica”, entendida como el pasaje paulatino de un sistema productivo dependiente de insumos externos mayormente químicos, a un sistema productivo de manejo agroecológico.¹⁶

Por su parte se avanzó en alianza con organizaciones territoriales y comunitarias de zona sur, capital y oeste para que incluyeran en su trabajo sociocomunitario la organización del consumo, conformándose Nodos de Consumo Solidario (NCS).¹⁷ En cuanto a la distribución, MT-AF desde un equipo de docentes, becarios y estudiantes, estructuró los primeros desarrollos de logística y gestión económica comercial para incubar procesos de intermediación solidaria,¹⁸ cuestión que fuimos construyendo y significando en el mismo andar.

Entre septiembre y diciembre de 2015 se crearon 38 NCS localizados en zona sur, oeste y capital federal distribuyendo 2.377 bolsones de verdura. En esta primera experiencia se crearon tres tipos de nodos de consumo solidario: a) organizaciones sociales que ya venían desarrollando actividades en diversos territorios e incorporaron el objetivo de problematizar el consumo a partir de las compras colectivas, b) nodos vecinales, cuyo primordial objetivo es la compra colectiva organizada entre vecinos y vecinas y 3) nodos institucionales, generados mayormente en espacios de trabajo de los participantes del nodo.

Durante el año 2016 hubo una expansión de la propuesta, funcionaron 80 NCS mes a mes en las tres zonas mencionadas, vendiendo de febrero a diciembre 26.696 bolsones de verdura, es decir un promedio mensual de 2.426 bolsones. Teniendo en cuenta que cada nodo de consumo puede pedir dos veces por mes, el alcance de la propuesta involucró mensualmente a 1.200 familias. Debido a dicha expansión y para poder abastecer la demanda, se articuló con dos organizaciones más de productores hortícolas, la Motomendez y la Agrupación el Progreso.

Ya en el 2017, además de los bolsones de verdura, se incorporaron al circuito de comercialización otros productos elaborados por cooperativas o productores de la ESS, los cuales se venían comercializando en el Almacén Autogestivo y en Central Cooperativa de la IUEMFS, tales como yerba mate, aceite, miel, muzzarella, arroz, entre otros. Dicha incorporación implicó nuevas articulaciones con actores de la ESS, así como nuevos desafíos en los procesos de intermediación solidaria. Se precisó un lugar de acopio con condiciones para mantener la calidad e inocuidad de los productos, se adelantaron procesos de fraccionamiento de productos, un mayor desarrollo contable y gestión comercial, nuevas estrategias de comunicación externa que permitiera un flujo de información con los NCS, y un mayor despliegue logístico principalmente en la gestión y organización del transporte.

Durante este año se vendieron 17.762 bolsones de verdura, 8.934 menos que en 2016 pero con la incorporación de nuevos productos se hizo mucho más interesante la oferta y los nodos de consumo se hicieron más estables. Se estima que durante este año se sostuvieron 60 NCS por mes en zona sur y capital federal. Hacia fines de ese año, se inicia la primera experiencia de re-aplicación de MT-AF en

¹⁶ La agroecología es una práctica productiva, una ciencia y un movimiento social que sienta las bases de una agricultura sustentable. es decir aquella que permite mantener en el tiempo un flujo de bienes y servicios que satisfagan necesidades dentro de los límites biofísicos que establece el correcto funcionamiento de los sistemas naturales que lo soportan (Altieri 2002:55).

¹⁷ Los Nodos de Consumo Solidario son grupos de consumidores/as organizados-as que se reúnen para la realización de compras en forma colectiva. Cada nodo de consumo debe pedir por lo menos 10 bolsones de verdura para que sean llevados a la dirección establecida por el/la coordinador/a.

¹⁸ La intermediación solidaria, a diferencia de la intermediación capitalista, no busca la generación y apropiación del capital a partir de la especulación de los precios, sino que se entiende como un puente que articula a productores/as y consumidores/as y facilita el abastecimiento de productos del campo de la ESS. Sostiene desafíos importantes, uno de ellos la transparencia en la construcción del precio de los productos.

zona Oeste a partir de la conformación de un equipo de trabajo conformado por egresadas de la Tecnicatura Universitaria de Economía Social y Solidaria de la UNQ. Se conforma el grupo Kolmena quienes a partir de la misma metodología de comercialización y consumo abastecen de productos alimenticios a localidades como Merlo, Morón, Moreno, Ituizango, El Palomar, entre otras.

Por último en 2018, MT-AF sostiene un aproximado de 60 NCS por mes, pero observamos un aumento notable en relación al 2017, vendiendo en el año 24.000 bolsones, 6.000 bolsones más en relación al año anterior. Esto nos indica que los nodos de consumo se hacen más sólidos y tienen una expansión territorial mayor a partir de la adhesión de nuevos consumidores/as.

Se ha generado una instancia de articulación mayor con otros actores de la economía social y solidaria abocados a la comercialización, conformándose la “Alta Red” que involucra experiencias como MT-AF de la UNQ, Más Cerca es Más Justo, Mercado de Consumo Popular (MeCoPo), Unión de Trabajadores de la Tierra (UTT), Almacén Cooperativo (Almacoop), Paseo de la economía Popular (Los Pibes) y Central Cooperativa de la IU-EMFS. Dicha red favoreció la articulación con productores/as de otras regiones del país como Aprosuro y la Unión de Trabajadores Rurales sin Tierra de Mendoza ganando escala para acceder a sus productos. En la actualidad, esta red hace compras colectivas de productos regionales y en articulación con Central Cooperativa se gestiona el acopio en el mercado central, experiencia que será desarrollada a continuación.

En este marco, MT-AF incuba procesos de intermediación solidaria a partir del desarrollo del circuito económico desde el productor hasta el consumidor, pero también incuba procesos de generación de valor económico en los territorios, principalmente a partir del desarrollo de los NCS. En estos espacios el intercambio mercantil de productos y alimentos,¹⁹ también genera un excedente colectivo que es gestionado en el mismo nodo, sea para sostener el trabajo del circuito económico solidario o para ser distribuido entre los participantes. Pero al mismo tiempo también se forjan intercambios sociales que favorecen la cultura de un consumo crítico y responsable, re-estableciendo entramados vinculares entre productores/as y consumidores/as y generando capacidades territoriales desde una perspectiva de ESS. Varios NCS impulsados por esta propuesta han desarrollado otras estrategias locales en clave de ESS, tales como ferias barriales, talleres de formación, cine-debates, foros e intercambio de recetas saludables e inclusive articulación e intercambio con otros NCS, siendo importante seguir profundizando en el estudio y reflexión sobre este tipo de experiencias de organización del consumo.

Central Cooperativa

Central Cooperativa (CC) es un centro de servicios para el acopio, distribución y comercialización mayorista de productos alimenticios de la ESS. Su organización y conformación es impulsada por la IUEMFS en el Mercado Central de Buenos Aires²⁰ en coordinación multiactorial con la Federación de Cooperativas Apícolas de Argentina (FECOAPI) y las Cooperativas de trabajo “La Ciudad” y “Despiertavoces”. Asimismo trabaja en articulación con las Incubadoras de Diseño y Comunicación y de Tecnologías Sociales del PUIS de la UNQ, y ha contado con el apoyo y acompañamiento del Ministerio de Producción y Trabajo de Nación.²¹

Este centro de servicios de intermediación solidaria facilita la articulación entre los diversos actores de la economía social y popular, desarrollando sistemas de intercambio y financiamiento solidario en

¹⁹ En la mayoría de los NCS no solo se venden los productos ofertados por MT-AF, sino que también se comercializan productos producidos por los consumidores/as del nodo, enriqueciendo el circuito de valor.

²⁰ Tiene como sede la Nave S1 en los puestos 33, 34 y 35 del Mercado Central de Buenos Aires, el mayor centro logístico de la provincia y nacional.

²¹ Debemos indicar que al inicio del proceso de conformación de CC en 2016, el programa que apoyó en este proceso fue el Nodos de Innovación Social del Ministerio de Producción de Nación.

circuitos alternativos de comercialización y consumo. Apunta a mejorar las condiciones de comercialización de los productos cooperativos y de la ESS, desarrollando estrategias y acciones de una mayor escala de distribución mayorista, sí como ruteos logísticos, sistemas de acopio y desconcentración de productos de diferentes territorios.

Ello se consolida en la construcción de un circuito económico solidario con un funcionamiento asociativo, que es provisto en articulación con redes y organizaciones de productores hortícolas y frutales²² de la agricultura familiar y campesina, y federaciones y cooperativas²³ de alimentos, para abastecer los tres tipos de mercados sociales señalados, institucionales, territoriales y de los trabajadores organizados.

En la actualidad uno de sus principales estrategias de mercado institucional de Central Cooperativa es “Alimentos Saludables”,²⁴ por medio del cual se proveen anualmente más de 35.000 bolsones de alimentos secos, productos saludables y nutricionalmente equilibrados a los afiliados beneficiarios del programa Pro Bienestar del Programa de Atención Médica Integral (PAMI).²⁵

A la fecha se viene trabajando con 15 Centros de Jubilados y Pensionados (CJYP), de las Unidad de Gestión Local (UGL) de PAMI, de Morón²⁶ y Quilmes,²⁷ atendiendo a unas 3500 familias mensualmente, con los productos provistos por más de 15 federaciones y organizaciones de productores/as de alimentos de la ESS de más de diez provincias de la Argentina.

Por otro lado desde CC se vienen explorando diferentes estrategias con comercializadoras de la ESS, tanto en la provisión de productos como en acuerdos comerciales que reconozcan y promuevan mecanismos de precios justos para las y los productores y consumidores, buscando mejorar procesos de intercambio y minimizar excedentes para potenciar la comercialización solidaria. En tal sentido, entre otras articulaciones pueden señalarse el caso de “Alta Red” ya mencionado, en particular por ejemplo con las estrategias de “Más cerca y más justo” y “Todos Comen” del Instituto de Producción Popular, o con el Almacén Cooperativo “Almacoop”; de igual forma que con entidades asociativas y confesionales de trabajo social como Mutual Nueva Vida; o con movimientos sociales tales como “La Dignidad”, con la iniciativa Mecopo del Frente Darío Santillán o con el Movimiento de Trabajadores Desocupados de Florencio Varela. Asimismo recientemente la creación del Programa UNQ Produce y Alimenta (<http://unqproduceyalimenta.web.unq.edu.ar>) en articulación con Central Cooperativa, ha fortalecido el abastecimiento de alimentos cooperativos y de la ESS a distintos ámbitos internos de la universidad, destacándose la provisión a la Escuela de Educación Secundaria Técnica (ESET-UNQ) y al Programa Supersopa (<http://www.supersopa.unq.edu.ar>).

Conclusiones

La IUEMFS desde el 2014 viene generando vinculaciones con el campo de la economía social y

²² Ubicadas en las provincia de Buenos Aires, Mendoza, Santiago del Estero, Formosa y Río Negro.

²³ Ubicados en Santa Fe, Misiones, Córdoba, Buenos Aires, Río Negro y Mendoza.

²⁴ Esto se da a partir de la articulación de la IUEMFS con el Ministerio de Producción y Trabajo de Nación y con el Programa de Atención Médica Integral (PAMI), merced a las condiciones del Programa de Promoción del Bienestar de los Mayores, Pro Bienestar, en 2016.

²⁵ El Programa de Promoción del Bienestar de los Mayores, Pro Bienestar, fue creado por el Directorio del Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados en su reunión del 7 de octubre de 1992 (Acta 40) e implementado y definido en sus alcances por la Resolución N° 1517/D/92 del 29 del mismo mes. El artículo 1° de esta resolución establece genéricamente como propósito del programa “Elevar la calidad de vida y el bienestar de los afiliados del Instituto, en particular de aquellos que viven en situación de desamparo”. A fin de cumplimentar sus objetivos, centró su estrategia en la creación de una amplia red territorial de Centros de Jubilados asociados al Programa.

²⁶ Abarca la cobertura de las localidades de Moreno, Morón, Merlo, Ituizangó y Haedo, en el oeste del Conurbano.

²⁷ Abarca la cobertura de las localidades de Quilmes, Berazategui y Florencio Varela, al sur del Conurbano.

solidaria, con el sector científico-técnico y con diferentes políticas públicas para el desarrollo económico y generación de valor agregado en ESS.

Para ello incuba y desarrolla procesos transversales y territoriales de construcción de mercados sociales y circuitos económicos solidarios, en articulación multiactoral con federaciones, entidades y organizaciones colectivas tanto de productores cooperativos y de la agricultura familiar de distintas regiones de Argentina, como de consumidores organizados, centros de jubilados, comedores, merenderos y otras organizaciones comunitarias y territoriales de la región metropolitana de Bs. As. (Conurbano y CABA).

Entre esos procesos pueden destacarse: a) la intermediación solidaria, articulando a productores/as y consumidores/as con la promoción de relaciones justas y de generación de excedentes que beneficien a todos los participantes del circuito económico solidario; b) el desarrollo de circuitos cortos de comercialización, promoviendo la construcción de los tres mercados indicados; c) el fortalecimiento económico - comercial de las unidades productivas de la ESS de distintos territorios, promoviendo mecanismos de ampliación de escala, transferencia social de excedentes, hibridación de recursos o agregación de valor económico; d) la organización del consumo asociado, colectivo, crítico y responsable; y e) la articulación y participación en redes organizativas de comercializadoras y distribuidoras de ESS y economía popular.

Para ello en la dimensión empírica la incubadora impulsa procesos de desarrollo socio-técnico en áreas de logística, acopio, distribución y comercialización desde los valores de la ESS, con la finalidad de generar beneficios mutuos tanto para los productores cooperativos y de la agricultura familiar, como para los consumidores organizados de los sectores populares y trabajadores en general. A su vez, esas estrategias y acciones se construyen y fortalecen actuando colectivamente en la dimensión política de la ESS, con acuerdos y alianzas colectivas de actores que comparten una finalidad de desarrollo estratégico de la economía popular y solidaria. Por último, en los nodos y los circuitos solidarios también se construye y actúa en la dimensión simbólica de la ESS, problematizando las formas de entender el consumo, los mercados y la propia economía, buscando contribuir a la generación de vínculos sociales de colaboración mutua, solidaridad y autogestión. En definitiva una experiencia de incubación de procesos de intermediación solidaria, que si bien es acotada y con las limitaciones propias de toda experiencia, muestra también la potencia de la construcción colectiva de una economía orientada a la sostenibilidad y reproducción ampliada de la vida.

Referencias

Altieri, M. (2002). Agroecología: principios y estrategias para diseñar sistemas agrarios sustentables. En S. Sarandón (2002), *Agroecología: El camino hacia una agricultura sustentable* (pp. 45-56). La Plata, Argentina: Ediciones Científicas Americanas.

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.

Balsa, J. (2011). Notas para la caracterización de la agricultura familiar. Trabajo presentado en las VII Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) (2019). Índice de Precios en Origen y

Destino de productos agropecuarios (IPOD). Recuperado de http://www.redcame.org.ar/contenidos/comunicado/Los-precios-del-agro-se-multiplicaron-por-5_53-veces-entre-el-campo-y-la-mesa-del-consumidor.1616.html

Caracciolo, M.; Dumrauf, S.; Moricz, M.; González, E. y Real, A. (2012). Modalidades alternativas de comercialización en la agricultura familiar: entre el supermercadismo y la soberanía alimentaria. Trabajo presentado en las VI Jornadas Nacionales de Investigadores de las Economías Regionales "Economía Social y Solidaria: Experiencias, Saberes y Prácticas", FCS-UBA, Buenos Aires, Argentina.

Chiroque, H.; Mendy, G. y Recalde, E. (2015). Construcción de espacios institucionales en economía social y solidaria desde el ámbito universitario: el caso del proyecto CREES de la Universidad Nacional de Quilmes –Argentina. *Praxis Social – Revista de Trabajo Social*, 3.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2013) Agricultura familiar y circuitos cortos: Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición, Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013, Santiago de Chile.

López García, D. (2012). Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador. *Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*, 8.

Pastore, R. (2014). La economía social y solidaria, una construcción colectiva y plural en el camino de la profundización democrática. En Lozano y Flores (Comp.), *Democracia y sociedad en la Argentina contemporánea. Reflexiones para un debate* (pp. 221-236). Buenos Aires, Argentina: Editorial UNQ.

Pastore, R. (2015) Construyendo espacios universitarios de formación de actores de la economía social y solidaria. Reflexiones desde una práctica académica territorial. *Revista Voces en el Fénix*, 38, 76-83.

Pastore, R. (2017). Seminario “Incubadoras Sociales en Economía Social y Solidaria por el Desarrollo Humano Local y los derechos económicos de las mujeres. Retos para la Universidad en la vinculación con la sociedad”, Instituto Hegea-Universidad del País Vasco, España.

Recalde, E.; Chiroque Solano, H. y Guerriere, M. V. (2015). El Almacén Autogestivo de la Universidad Nacional de Quilmes. Desafíos en la gestión universitaria en la construcción de mercados de la Economía Social y Solidaria. *Revista +E versión digital*, (5), 182-187.

Soler Montiel, M. y Calle Collado, A. (2010). Rearticulando desde la alimentación canales cortos de alimentación en andalucía. En Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza (pp. 258-283). Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Recuperado de <http://institucional.us.es/compromiso/libreconf/docs/canales.pdf>

Enviado: 18/03/2019
Aceptado: 10/04/2019

Cómo citar este artículo:

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.