

# Experiencias de comercialización y distribución de alimentos desde la economía social, solidaria y popular desarrolladas por la Universidad Nacional de Quilmes

Henry Chiroque Solano, Laura Andrea Niño Aguirre, Christian Arnaiz, Martín Alberto Garo y Marcelina Orellana



SERIE **EXTENSIÓN**  
**Y PRÁCTICA PROFESIONAL**

Este trabajo tiene como finalidad socializar las diferentes experiencias de comercialización y distribución de alimentos acompañadas por equipos universitarios de la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas (IUEMF) de la Universidad Nacional de Quilmes, en articulación con diferentes instituciones y organizaciones, así como con otras incubadoras de innovación y transferencia. Estas experiencias son desarrolladas a partir de la propuesta de los circuitos socioeconómicos alimentarios y de la incubación de procesos que permite construir y fortalecer diferentes mercados para los productores, intermediarios solidarios y consumidores.



Universidad  
Nacional  
de Quilmes



**Unidad de Publicaciones**  
Departamento de Economía y Administración

Departamento  
de Economía y  
Administración

**Experiencias de comercialización y  
distribución de alimentos desde la  
economía social, solidaria y popular  
desarrolladas por la Universidad Nacional  
de Quilmes**

## **Universidad Nacional de Quilmes**

### **Rector**

Alejandro Villar

### **Vicerrector**

Alfredo Alfonso

## **Departamento de Economía y Administración**

### **Director**

Rodolfo Pastore

### **Vicedirector**

Sergio Paz

### **Coordinador de Gestión Académica**

Gastón Benedetti

## **Unidad de Publicaciones del Departamento de Economía y Administración**

### **Coordinadora**

Ana Elbert

### **Integrantes del Comité Editorial**

Alfredo Scatizza

Ariel Barreto

Cintia Russo

Guido Perrone

Guillermina Mendy

Cristina Farías

Daniel Cravacuore

Graciela Aparicio

Héctor Bazque

Walter Chiquiar

# **Experiencias de comercialización y distribución de alimentos desde la economía social, solidaria y popular desarrolladas por la Universidad Nacional de Quilmes**

Henry Chiroque Solano, Laura Andrea Niño Aguirre,  
Christian Arnaiz, Martín Alberto Garo y Marcelina Orellana

Experiencias de comercialización y distribución de alimentos desde la economía social, solidaria y popular desarrolladas por la Universidad Nacional de Quilmes / Henry Chiroque Solano ... [et al.]. - 1a ed. - Bernal : Universidad Nacional de Quilmes, 2022.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-987-558-773-1

1. Economía. 2. Economía Social. 3. Alimentos. I. Chiroque Solano, Henry.  
CDD 363.856

**Edición y corrección:** Véronique Celton y Adys González de la Rosa

**Diseño gráfico:** María Belén Arana

**Equipo de comunicación:** Aldana Cabrera, Emanuel de Fino y Santiago Errecalde

### **Departamento de Economía y Administración**

Unidad de Publicaciones

Serie Extensión y Práctica Profesional

<https://deya.unq.edu.ar/publicaciones/>

[eya\\_publicaciones@unq.edu.ar](mailto:eya_publicaciones@unq.edu.ar)

Los textos publicados aquí han sido sometidos a evaluadores internos y externos de acuerdo con las normas de uso en el ámbito académico internacional.

ISBN 978-987-558-773-1



Esta edición se realiza bajo licencia de uso creativo compartido o Creative Commons. Está permitida la copia, distribución, exhibición y utilización de la obra bajo las siguientes condiciones:



Atribución: se debe mencionar la fuente (título de la obra, autor, editor y año).



No comercial: no se permite la utilización de esta obra con fines comerciales.



Sin obras derivadas: solo está autorizado el uso parcial o alterado de esta obra para la creación de obra derivada siempre que estas condiciones de licencia se mantengan en la obra resultante.

## **Presentación de la Unidad de Publicaciones**

El Departamento de Economía y Administración es reconocido, entre otros aspectos, por los esfuerzos y resultados en actividades de docencia, investigación, extensión y transferencia. Es por ello que, mediante la Unidad de Publicaciones, se propone, por un lado, avanzar en el trabajo conjunto entre docentes y grupos pertenecientes a sus dos modalidades de enseñanza –presencial y virtual– y, por otro, realizar una mayor difusión de nuestra producción académica y profesional. Para ello, es clave impulsar la producción y la difusión de los resultados de los grupos y equipos de trabajo del Departamento.

El trabajo de esta Unidad de Publicaciones, a partir de sus propuestas en formato papel y digital y de sus colecciones, series temáticas y revistas, permitirá vitalizar las publicaciones de los distintos equipos, en función de sus producciones académicas específicas.

**Rodolfo Pastore**

Director

**Sergio Paz**

Vicedirector

# Índice

Experiencias de comercialización y distribución de alimentos desde la economía social, solidaria y popular desarrolladas por la Universidad Nacional de Quilmes	8
Referencias bibliográficas	46
Acerca de los autores	48

# Experiencias de comercialización y distribución de alimentos desde la economía social, solidaria y popular desarrolladas por la Universidad Nacional de Quilmes

## Resumen

El presente documento tiene como finalidad socializar las diferentes experiencias de comercialización y distribución de alimentos realizadas por equipos universitarios de la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas Solidarias (IUEMF) de la Universidad Nacional de Quilmes, en articulación con diferentes instituciones y organizaciones, así como con otras incubadoras de innovación y transferencia. Estas experiencias son desarrolladas a partir de la propuesta de los circuitos socioeconómicos de alimentos y de la incubación de procesos que permiten construir y fortalecer diferentes mercados para los productores, intermediarios solidarios y consumidores. El objetivo de este trabajo es colaborar en los procesos educativos y de generación e intercambio de saberes para el reconocimiento, reaplicación y organización de propuestas organizativas y territoriales desde la economía social, solidaria y popular.

## Palabras claves

Comercialización, distribución, circuitos socioeconómicos, incubación, experiencias.

## **1. Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas Solidarias (IUEMF): incubación de procesos y generación de circuitos socioeconómicos de alimentos**

La IUEMF es un espacio multiactoral de coordinación, asociación y articulación entre diferentes organizaciones e instituciones del campo de la Economía Social, Solidaria y Popular (ESSP). Forma parte del Programa Universitario de Incubación Social (PUIS) y de la amplia trayectoria universitaria del proyecto académico territorial “Construyendo Redes Emprendedoras en Economía Social y Solidaria” (CREES) de la Universidad Nacional de Quilmes



**Figura 1.1**  
**Identidad de la IUEMF**



La IUEMF inició sus actividades en 2014 con el objetivo de construir y fortalecer circuitos socioeconómicos de producción, circulación, consumo y reutilización de bienes y servicios que favorezcan el mejoramiento de la dinámica económica de generación de ingresos y condiciones de vida de los trabajadores y productores de las unidades económicas populares y beneficie a consumidores en los territorios (Pastore, 2020).

En este marco, la IUEMF ha promovido la articulación con diversas organizaciones de la ESSP (cooperativas, empresas recuperadas, agricultura familiar y pequeñas empresas, entre otros) 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 ESSP.

Esta forma de incubación de procesos a partir de la generación y fortalecimiento de mercados sociales desarrolla diferentes mecanismos de interacción, asociativismo y cogestión, impulsando la articulación en redes asociativas y entramados socioeconómicos de actores y sujetos vinculados a la ESSP (Chiroque y Niño, 2019).

Durante estos siete años de trabajo, la IUEMF ha impulsado una serie de iniciativas socioeconómicas de comercialización y consumo organizado, principalmente de alimentos de la agricultura familiar, cooperativas de trabajo y empresas recuperadas, así como emprendimientos asociativos y pequeñas empresas familiares. Dichos circuitos socioeconómicos de alimentos tienen como objetivo generar tramas de vinculaciones y flujos económicos que permitan satisfacer las necesidades alimentarias de la población (y de los sectores populares

en particular) y mejorar el acceso a los mercados de las unidades productivas de la ESSP bajo criterios de justicia y equidad (Pastore, 2019).

El trabajo realizado a lo largo de estos años desde la IUEMF ha sido desarrollado en colaboración con otras incubadoras que forman parte del Programa Universitario de Incubación Social (PUIS). Destacamos entre dichas articulaciones: la coordinación compartida de la Tienda Colectiva con la Incubadora de Empresas Sociales; el desarrollo de la plataforma Chasqui para la comercialización de los productos de Mercado Territorial y el Almacén Autogestivo desde la Incubadora de Tecnologías Sociales; la implementación del Eco-Canje, asociado al Crédito a la Comercialización Solidaria, con la Incubadora de Intervención Socio-Ambiental y la comercialización de libros de editoriales independientes en Mercado Territorial en asociación con la Incubadora de Prácticas Editoriales Asociativas. Asimismo, de manera transversal a los distintos dispositivos se articuló con la Incubadora de Diseño y Comunicación.

A partir de lo indicado, en este documento compartiremos cinco fichas explicativas sobre las iniciativas impulsadas por la Incubadora de tal manera que sirvan como insumo de trabajo para aquellos colectivos, espacios asociativos o instituciones que se propongan desarrollar acciones similares en sus territorios.

Las iniciativas que presentaremos son: Almacén Autogestivo, Mercado Territorial de la Agricultura Familiar, Central Cooperativa, Tienda Colectiva y la Línea transversal de finanzas solidarias para la comercialización.

**Figura 1.2**  
**Dispositivos de la IUEMF**



## 2. Almacén Autogestivo (AA)

Es un espacio de comercialización solidaria que busca priorizar la relación directa entre la comunidad universitaria y diversas unidades productivas locales y regionales de la Economía Social, Solidaria y Popular (ESSP).

- Fecha de creación: octubre de 2014. Inicia su desarrollo como un dispositivo de las líneas de trabajo de la Incubadora de Economía Mercado y Finanzas Solidarias.
- Ámbito de actuación: Universidad Nacional de Quilmes.
- Página web: <http://observatorioess.org.ar/2016/08/05/que-es-el-almacen-autogestivo/>
- Redes sociales:

<https://www.facebook.com/almacenautogestivo/>

<https://www.instagram.com/aalmacen/>

**Figura 2.1**  
**Identidad**



### 2.1. Historia

El Almacén Autogestivo (AA) surge a partir del trabajo de equipos universitarios de la Incubadora y la articulación con la Federación Productora de Alimentos (FOPAL), con la cooperativa de trabajo “Puente del Sur”, con la Federación de Cooperativas “Entidades Solidarias para la Ayuda Mutua” Ltda. (Fedesam - Línea Desarrollo de Productos Asociativos -DPA), con la Federación Argentina de Cooperativas de Trabajadores Autogestionados (Facta), y con las cooperativas de

trabajo “La Ciudad” y “Despiertavoces”. Esto se genera con la finalidad de facilitar el acceso a la comercialización solidaria de alimentos y productos de la ESSP al consumo responsable y de calidad de los trabajadores (docentes, personal de administración y servicio), estudiantes y graduados de la UNQ.

Es un espacio donde se privilegia la relación directa entre la comunidad universitaria y los diversos productos de las cooperativas, empresas recuperadas, federaciones, mutuales y emprendedores/as asociativos de la ESSP, locales y regionales, con base en criterios de precio justo, calidad y consumo responsable, así como también de intercambio de saberes.

La universidad, dentro de sus funciones de extensión y formación, facilita un espacio físico adecuado para el desarrollo de la comercialización, un depósito para los productos, los servicios básicos para su implementación y el acompañamiento para su implementación. El punto de venta del Almacén, donde se exhiben y comercializan los productos, es un stand que se encuentra ubicado en una de las plazas, al aire libre, al interior del predio de la universidad.

Una de sus estrategias fundamentales es promover el desarrollo del consumo de los productos de la ESSP por parte de la comunidad universitaria. Sumado a ello encontramos la experiencia del Acuerdo Cooperativo Sindical Universitario (ACSU), donde se trabajó con los sindicatos y agrupamientos universitarios a fin de brindar promociones para el consumo organizado y colectivo de los productos del AA.

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

**Figura 2.2**  
**Espacio de Atención**



## **2.2. ¿Qué ofrece?**

Ofrece más de 350 productos alimenticios, producidos por más de 50 cooperativas, empresas recuperadas, emprendimientos asociativos de diferentes partes del país, 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 y quesos, entre otros.

Promueve la generación de espacios de comercialización en los territorios de incidencia de la UNQ, articulando principalmente con los trayectos formativos universitarios en ESS, así como con diferentes organizaciones y movimientos sociales; socializa la metodología de trabajo, provee apoyo a las estrategias de comunicación, así como financiamiento solidario para la comercialización y asiste en el desarrollo logístico.

### 2.3 ¿Cómo funciona?

La gestión del espacio cuenta con un equipo de trabajo compuesto por tres egresadas de la Tecnicatura Universitaria en Economía Social y Solidaria (TUESS), que son integrantes de la cooperativa de trabajo “Despiertavoces”.

Desarrolla su actividad comercial entre los meses de febrero a diciembre. (En 2020, a raíz de la pandemia de covid-19, modificó su gestión a comercialización como nodo de consumo).

Articula para la provisión de productos con la Central Cooperativa (espacio de distribución mayorista), la cooperativa de trabajo “La Ciudad” y más de 20 unidades productoras de la ESSP, locales y regionales.

Para el desarrollo y fortalecimiento comunicacional trabaja junto con la cooperativa “El Maizal”, así como con la Incubadora de Diseño y Comunicación.

Para el desarrollo y comercialización en la plataforma Chasqui se trabaja en articulación con la Incubadora de Tecnologías Sociales.

Conforma un codo de Consumo de Mercado Territorial de la Agricultura Familiar.

**Figura 2.3**  
**Equipo de trabajo**



### 2.4. Alcance territorial y vinculaciones institucionales

En la actualidad cuenta con más de 5000 consumidores/as: un 45% son estudiantes universitarios, 30% son trabajadores/as de la UNQ (13% docentes, 12% personal administrativo y de servicios), 15% vecinos/as del territorio de inci-

dencia de la universidad (Bernal Este y Oeste) y 6% visitantes eventuales. En los últimos cuatro años ha consolidado un nivel de ventas anuales de más de 15 mil unidades de productos.

Ha desarrollado acuerdos con los sindicatos de la UNQ: ATUNQ (Asociación de Trabajadores Administrativos y de Servicios) y ADIUNQ (Asociación de Docentes e Investigadores). Dentro de las diversas experiencias desarrolladas, se realizó la provisión de canastas de tres a diez productos vinculados al consumo familiar o el consumo en las oficinas. Por otro lado, anualmente coordina con ADIUNQ la organización y provisión de las canastas navideñas con productos de la ESS para sus afiliados.

Forma parte de la Mesa de Comercializadoras de ESS, conformada por las cooperativas “Puente del Sur”, “Colectivo Solidario”, “Triarte Verde”, “La Yumba” y “Caracoles y Hormigas”, el Instituto Nacional de Tecnologías Agropecuarias (INTA) y el Centro Regional Ecuménico de Asesoría y Servicios (CREAS).

## **2.5 ¿Cómo se sostiene?**

Se sostiene con los fondos generados a partir de la comercialización desarrollada, organizando la recaudación para cubrir los retiros del equipo de gestión.

Las compras son financiadas por diferentes proveedores locales y regionales de acuerdo con la capacidad económica y financiera, y tiene a la Central Cooperativa como uno de los principales proveedores de mercadería.

También se hibridan recursos a partir del uso de los servicios provistos por la universidad, como la energía eléctrica, internet, agua, así como las instalaciones para la comercialización y el acopio. Cuenta con la asistencia técnica desarrollada por los equipos universitarios de extensión, formación e investigación.

## **2.6. Ideas fuerza**

- Relación directa entre la comunidad universitaria y diversas unidades productivas de alimentos de la ESS.
- Construcción de mercados para trabajadores organizados.
- Criterios de precio justo, calidad y consumo responsable.
- Innovación institucional.
- Funciones de reaplicación, multiactorialidad e incubación de procesos.

**Figura 2.4**  
**Trabajo Asociativo**



## 2.7. Recursos

Almacén Autogestivo en la Universidad Nacional de Quilmes

<https://www.youtube.com/watch?v=aociQSUAzDM>

Almacén Autogestivo

[https://www.youtube.com/watch?v=GeLoBGp-EvQ&ab\\_channel=CREESunq](https://www.youtube.com/watch?v=GeLoBGp-EvQ&ab_channel=CREESunq)



### 3. Mercado Territorial de la Agricultura Familiar

**Figura 3.1**  
**Identidad**



Se trata de una propuesta de comercialización solidaria y consumo organizado en red, que tiene como objetivo construir un mercado solidario, articulando organizaciones de productores/as de la agricultura familiar en proceso de transición agroecológica, con un entramado de nodos de consumo existentes en diferentes territorios.

- Fecha de creación: 2015
- Ámbito de actuación: Ciudad de Buenos Aires y zonas norte, sur y oeste del Gran Buenos Aires.
- Página web: [HTTP://MERCADOTERRITORIAL.OBSERVATORIOESS.ORG.AR/](http://MERCADOTERRITORIAL.OBSERVATORIOESS.ORG.AR/)
- Redes sociales: <https://www.facebook.com/MercadoTerritorial/>

#### 3.1. Historia

Mercado Territorial (MT) surge en el año 2015 ante una doble necesidad. Por un lado, reducir la dependencia que tienen los productores familiares con el mercado convencional, el cual, a partir de la instalación de una larga cadena de intermediación, absorbe la mayor ganancia sobre la producción pagando poco al productor y cobrando mucho al consumidor. Por otro lado, la necesidad de los consumidores de poder acceder a alimentos saludables, frescos y a un precio justo.

En este marco, MT es una propuesta de comercialización y consumo organizado en red que tiene como objetivo construir un *mercado social* vinculando

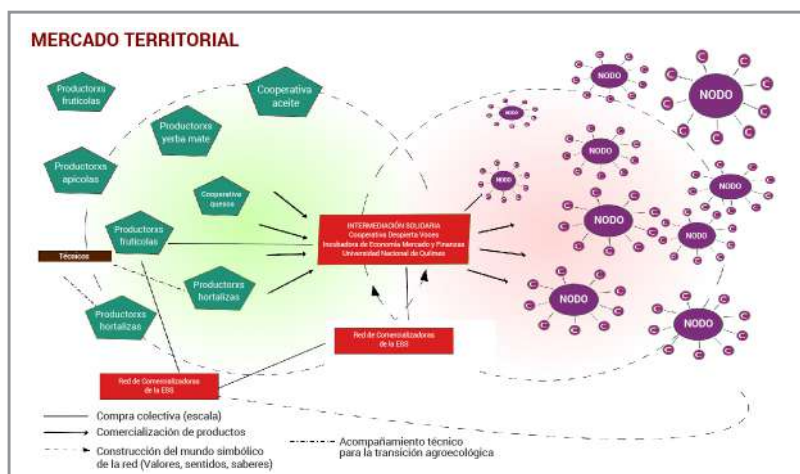
- Experiencias de comercialización y distribución de alimentos •

de manera más directa organizaciones de productores/as de la agricultura familiar<sup>1</sup> en proceso de transición agroecológica<sup>2</sup> y un entramado de nodos de consumo en los territorios.

En ese sentido, MT facilita el acceso a alimentos sanos, seguros y soberanos a partir de la conexión entre productores familiares, cooperativas de alimentos de distintas regiones del país con nodos de consumo organizados en zonas urbanas del sur, oeste, norte de buenos aires y la Ciudad Autónoma.

MT se conforma como un espacio de intercambio, articulación y coordinación entre los diferentes actores (productores/as, distribuidores/as, comercializadores/as y consumidores/as) desde la perspectiva de trabajo asociativo sin explotación, precios justos, valoración de la naturaleza como un bien común, consumo responsable, acuerdos colectivos y democráticos, y busca la mejora de las condiciones socioeconómicas de los sujetos, organizaciones e instituciones participantes.

**Figura 3.2**  
**Circuito socioeconómico de MT**



<sup>1</sup> La agricultura familiar en Argentina se caracteriza por ser el principal productor de alimentos para el consumo local; la organización del trabajo productivo es realizado principalmente por el grupo familiar.

<sup>2</sup> La transición agroecológica es un proceso de transformación, que involucra cambios tanto en la dimensión productiva en quinta (diversificación de la producción, no utilización de insumos químicos, rotación de cultivos, recuperación del suelo, entre otros) como en las condiciones socioeconómicas y políticas que afectan a la producción familiar y campesina.

Para que esto sea posible, se construyó un *círculo socioeconómico* alimentario en el cual participan distintos actores sociales de producción, distribución, comercialización y consumo de alimentos.

En la producción, MT trabaja con productores de la agricultura familiar principalmente de hortalizas y frutas y con productores de la ESS que elaboran o industrializan alimentos como harinas, fideos, quesos, aceites y yerba mate, entre otros productos de la canasta básica (cooperativas de trabajo, fábricas recuperadas y emprendimientos asociativos, entre otros).

En la comercialización, MT compone un equipo de trabajo asociativo que se ocupa de las tareas de intermediación solidaria. Entendemos la intermediación solidaria como aquellas experiencias que desde sus prácticas constituyen una alternativa a las comercializadoras tradicionales. Estas comercializadoras solidarias no actúan con ánimo de lucro ni con fines especulativos, sino con el objetivo de construir entramados solidarios entre los subsistemas de la producción, la comercialización y el consumo. No solamente buscan mejorar los ingresos de los productores o mejorar las condiciones de acceso a sus productos por parte de los consumidores, sino que se proponen estrechar los vínculos entre unos y otros, promoviendo conocimiento y compromisos recíprocos.

La intermediación solidaria comprende tareas de comunicación y visibilización de los productos, productores/as y condiciones de producción; también comprende tareas de logística y transporte, fraccionado y empaquetado, así como calidad e inocuidad de los alimentos.

MT propone la conformación de nodos de consumo. Un nodo de consumo es un grupo de consumidores que se organizan de manera colectiva para acceder a los productos. No es un comercio ni persigue el lucro en la distribución final de los alimentos, sino que facilita el acceso a partir de la organización territorial.

Los nodos de consumo pueden ser centros culturales, organizaciones barriales, sindicatos, grupos de vecinos, lugares de trabajo, centros de estudiantes y familias, entre otros.

La propuesta de organizar el consumo a través de nodos se debe principalmente a dos razones: la primera es que la organización de los consumidores permite generar y reforzar lazos sociales promoviendo relaciones de comunidad e incentivando el intercambio de conocimientos, valores y sentidos al tiempo que circula información en relación con los alimentos (recetas, actividades, etc.); en segundo lugar, facilita el acceso a los alimentos para todos los participantes al abaratar los costos de logística.

MT entiende que el consumo también es un acto político que fortalece, en este caso, a la agricultura familiar y a la economía social y solidaria.

### **3.2 ¿Qué ofrece?**

Ofrece acceso a alimentos de calidad y a un precio justo a partir de una distribución corta entre los productores y los nodos.

Pone al alcance productos como hortalizas, verduras, frutas, miel, yerba mate, aceite y otros alimentos procesados como harina o conservas y lácteos, entre otros.

### **3.3 ¿Cómo funciona?**

Para la conformación de un nodo es necesario que se organicen como mínimo diez personas, en centros culturales, agrupaciones políticas, espacios de trabajo, vecinales, etc., para hacer el pedido de una compra mínima de diez bolsones de verdura.

Cada nodo de consumo cuenta con una persona o equipo de trabajo encargado de su coordinación; esto significa que se ocupa de la toma de pedidos de todos sus integrantes, es quien se comunica y envía el pedido al equipo de intermediación solidaria, recepciona los productos en un lugar físico y realiza las acciones administrativas y pago de productos.

El compromiso de los productores hortícolas es que el bolsón de verduras contenga 6 kg y ocho variedades de verdura según la cosecha y temporada.

El equipo de intermediación solidaria organiza las entregas una vez por semana según la zona. Toma los pedidos de manera centralizada de cada uno de los nodos de consumo usando la plataforma de comercialización electrónica Chasqui.<sup>3</sup>

A su vez, el equipo de intermediación solidaria cuenta con un espacio físico en el mercado central en articulación con Central Cooperativa, en donde previamente se almacenan los productos no perecederos como harina, arroz y aceite, entre otros. De igual manera, MT fracciona otros productos que llegan al por mayor tales como legumbres, azúcar y fruta.

La mayor parte de la información entre las partes circula a través de grupos de WhatsApp y la toma de pedido por Chasqui.

Los repartos se organizan por zonas: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, sur y norte del Gran Buenos Aires.

---

<sup>3</sup> <https://www.proyectochasqui.com/#/mtr/productos>

### 3.4. Alcance territorial y vinculaciones institucionales

Actualmente existen 110 nodos de consumo con la participación de aproximadamente 3500 familias. Se comercializan en promedio 6000 bolsones de verdura por mes.

El proyecto integra cuatro organizaciones de productores hortícolas familiares del cinturón hortícola de La Plata y Florencio Varela.

Vincula a productores familiares y/o cooperativos que proveen frutas, verduras pesadas y productos elaborados de otras regiones del país tales como Río Negro, Mendoza, Misiones, Salta, Catamarca, Tucumán y Santiago del Estero, entre otros.

La experiencia se ha replicado en la zona oeste del gran Buenos Aires a partir del trabajo de Mercado Territorial Kolmena Oeste.<sup>4</sup>

MT participa como comercializadora en dos espacios de trabajo de la economía social solidaria y popular. Por un lado, la red de organizaciones de comercialización y consumo de la ESS y, por otro lado, Alta Red. Estas articulaciones han permitido mayor reconocimiento y visibilización del sector en la sociedad y también ha permitido ganar escala al hacer compras colectivas a productores de otras regiones.<sup>5</sup>

### 3.5 ¿Cómo se sostiene?

Mercado Territorial tiene dos fuentes de financiación que permiten su sostenibilidad en el tiempo:

Un componente de autogestión a partir de la construcción de un precio que contempla los costos y el trabajo de todo el circuito de producción, comercialización y consumo.

En la figura 3.3 se observa la composición del precio del bolsón de verdura (septiembre 2020), el cual permite que cada parte del circuito cuente con recursos para llevar adelante la tarea. Dicha construcción se hace de manera transparente y colectiva en una asamblea (figura 3.4) que reúne a todos los actores partícipes de la propuesta. Esta asamblea se hace dos o tres veces por año en la quinta de los productores hortícolas.

---

<sup>4</sup> <https://www.facebook.com/KolmenaOesteESS>.

<sup>5</sup> <https://www.facebook.com/mesadecomercializacionyconsumosolidario>

**Figura 3.3**  
**Volante sobre la construcción del Precio MT**



Para el caso de la comercialización, la recaudación cubre los costos de logística, retiro mensual del equipo de intermediación solidaria, alquiler del espacio de acopio, comunicación y difusión y apoyo al personal técnico que acompaña el proceso de transición agroecológica de los/as productores/as.

La construcción del precio del bolsón de verdura y sus porcentajes se aplican en los demás productos comercializados.

Por otro lado, MT cuenta con acompañamiento técnico desde el Programa Universitario de Incubación Social y el Departamento de Economía y Administración de la UNQ. Estas acciones permiten fortalecer la gestión de procesos de trabajo, así como la cooperación entre la universidad pública y las organizaciones de productores y consumidores.

**Figura 3.4**  
**Asamblea de productoxs y consumidorxs**



### **3.6. Ideas fuerza**

- Participación de la universidad pública en el desarrollo de innovaciones sociotécnicas y la puesta en valor económica del sector de la ESS.
- Construcción de circuitos socioeconómicos alimentarios y redes de cooperación.
- Proceso de transición y producción agroecológica.
- Contribución a dinámicas de organización social del consumo (nodos de consumo).
- Construcción del mercado social.
- Procesos de construcción participativa del precio.

### **3.7. Desafíos**

- Generar mayor visibilización social de las ventajas económicas, ambientales, sociales y de salud que tienen las comercializadoras solidarias y todas aquellas redes que vinculan de manera más estrecha a productores y consumidores.
- Diseñar sistemas de gestión acordes con las características y necesidades de este tipo de redes solidarias.

- Consolidar figuras jurídicas que faciliten la formalización y gestión de la comercialización, reduciendo al máximo el impacto en los precios de los productos.
- Construir políticas públicas que fortalezcan estas redes alimentarias y potencien la seguridad y soberanía alimentaria de la población en general.

### 3.8. Recursos

Canal de video

<https://www.youtube.com/channel/UCnoQuh18jqbQ-N5mUmLrRbg>

Asamblea de construcción del precio

[https://www.youtube.com/watch?v=sAfh\\_OAXBGg&t=32sttp://](https://www.youtube.com/watch?v=sAfh_OAXBGg&t=32sttp://)

## 4. Central Cooperativa

Central Cooperativa (CC) es un centro regional de acopio, distribución y logística mayorista de alimentos cooperativos de la economía popular y la agricultura familiar. Desde allí se articulan acciones con redes de distribución alimentaria de la ESS y se impulsan circuitos alimentarios específicos. Funciona en la Nave S1, Puestos 31, 32, 33 y 34 del Mercado Central de Buenos Aires.

- Fecha de creación: septiembre 2016
- Ámbito de actuación: Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires
- Página web: <http://observatorioess.org.ar/tag/central-cooperativa/>
- Redes sociales: <https://es-la.facebook.com/CentralCooperativaESS/>

**Figura 4.1**  
**Identidad**





## 4.1. Historia

Su formación fue impulsada en septiembre de 2016 desde la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas (IUEMF) de la Universidad Nacional de Quilmes, en coordinación multiactoral con la Federación de Cooperativas Apícolas de Argentina (Fecoapi) y las cooperativas de trabajo “La Ciudad” y “Despiertavoces”.

Conforme a las reuniones y coordinaciones desarrolladas se empieza a trabajar en procesos de acopio, distribución y comercialización mayorista de alimentos provistos por productores de la economía social, solidaria y popular. Para ello se profundiza la articulación con productores locales y de otras regiones del país a fin de organizar este circuito socioeconómico y promover el acceso a distintas iniciativas de logística, distribución y comercialización.

A partir de agosto del 2018, el Instituto para la Producción Popular (IPP) comienza a operar dentro del espacio con su línea de trabajo de distribución de alimentos de la producción popular conocida como “Más cerca es más justo”. En octubre de 2018, la propuesta “Todos comen”, también del IPP, comienza a funcionar y gestionarse desde CC. En mayo del 2019 se incorpora al espacio de CC, organizando su trabajo y propuesta de abastecimiento, Mercado Territorial de la Agricultura Familiar (MT), iniciativa igualmente impulsada por la IUEMF.

En 2019 también se suma a gestionar sus actividades la propuesta de Alta Red, espacio de articulación de diferentes comercializadoras de la economía social, solidaria y popular (Almacoop, Consol, Colsol, Me.Co.Po, La Yumba, Los Pibes, Caracoles y Hormigas y Mercado Territorial Kolmena Oeste, entre otras).

## 4.2 ¿Qué ofrece?

Como centro regional mayorista busca generar circuitos socioeconómicos de alimentos a partir de la articulación e integración de:

- Más de 30 productores de alimentos cooperativos, redes de productores familiares y campesinas, empresas recuperadas, emprendimientos familiares o asociativos, pequeñas y medianas empresas de más de 12 provincias del país.
- Más de 20 organizaciones e instituciones trabajan en la comercialización y distribución de alimentos en diferentes circuitos territoriales.
- Consumidores/as organizados/as o asociados/as que busquen satisfacer sus demandas de alimentación familiar y/o colectiva.

- Trabajadores organizados a través de sus agrupaciones gremiales y sindicatos que demanden dichos productos.
- Instituciones públicas que demanden productos alimenticios para sus programas o proyectos. Por ejemplo, se trabaja con los centros de jubilados y pensionados de PAMI de las UGL de Morón y Quilmes, el Servicio de Alimentación Educativa de Ensenada y Cáritas Quilmes.
- Gestión y organización de compras asociativas a productores de alimentos del país.
- Depósito y acopio de productos para su redistribución en redes de abastecimiento local.
- Satisfacción de la demanda de instituciones públicas para el abastecimiento de programas específicos. Algunos proyectos en esta línea son el abastecimiento al comedor de la Escuela Secundaria Técnica y la Super Sopa de la UNQ y el programa ProBienestar de PAMI.
- Comercialización mayorista de alimentos tales como aceites, harinas, legumbres, conservas, frutas, verduras, lácteos, fideos y arroz, entre otros, para el abastecimiento de diferentes organizaciones e instituciones.
- Organización de diferentes circuitos económicos, financieros y logísticos con los productores para el acopio y distribución de los alimentos.
- Servicios de embolsado y armado de canastas de alimentos frescos y/o secos a organizaciones e instituciones que lo demanden.

**Figura 4.2**  
**Trabajo Cooperativo**



### **4.3 ¿Cómo funciona?**

Tiene su sede en los puestos 31, 32, 33 y 34 de la Nave S1 en el Mercado Central de Buenos Aires. Cuenta con un equipo de trabajo conformado por técnicos/as universitarios en economía social y solidaria, docentes de la UNQ y diferentes profesionales, quienes organizan la gestión integral del espacio.

CC realiza sus compras semanalmente de manera asociada a los distintos productores locales y nacionales. Organiza y gestiona el traslado logístico, acopio de alimentos, así como el servicio de embolsado y fraccionado de los productos que lo requieran y organiza el reparto y la distribución de los productos, con frecuencia semanal, a las redes de abastecimiento local asociadas.

**Figura 4.3**  
**Depósito**



#### **4.4. Alcance territorial y vinculaciones institucionales**

La CC trabaja con organizaciones de productores, federaciones y cooperativas de alimentos de la Ciudad de Buenos Aires y las provincias de Mendoza, Santiago del Estero, Formosa, Río Negro, Tucumán, Salta, Santa Fe, Córdoba, Entre Ríos, Corrientes y Buenos Aires.

Trabaja en coordinación con organizaciones de la economía social, solidaria y popular (ESSP) abocadas a la comercialización en Buenos Aires, tales como “Más cerca es más justo”, “Todos Comen” del Instituto de Producción Popular, con organizaciones distribuidoras de alimentos como el almacén cooperativo “Almacoop” y las cooperativas “Puente del Sur”, “La Yumba” y “Colectivo Solidario”, entre otras.

Provee y articula con organizaciones sociales y políticas tales como la Mutual Nueva Vida, o con movimientos sociales como “La Dignidad”, con la iniciativa Me.Co.Po del Frente Darío Santillán, el Movimiento de Trabajadores Ex-

cluidos (MTE) y con el Movimiento de Trabajadores Desocupados de Florencio Varela, entre otros.

Articula también con el programa ProBienestar de PAMI, desarrolla el servicio de organización, provisión y distribución de los bolsones de “Alimentos SaludablESS” a 15 Centros de Jubilados y Pensionados (CJYP), de las Unidades de Gestión Local (UGL) de Morón y Quilmes, atendiendo a unas 3500 familias mensualmente.

A partir de la creación del Programa UNQ “Produce y Alimenta”<sup>6</sup> 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.<sup>7</sup>

En plena pandemia de covid-19 la demanda de provisión se acrecentó impactando en la gestión de las compras, del acopio y de la distribución de alimentos.

**Figura 4.4**  
**Abastecimiento Programas Sociales**



<sup>6</sup> <http://unqproduceyalimenta.web.unq.edu.ar>

<sup>7</sup> <http://www.supersopa.unq.edu.ar>

#### **4.5. ¿Cómo se sostiene?**

CC tiene varias fuentes de financiamiento que permiten su sostenibilidad en el tiempo: un componente de autogestión a partir de la construcción de un precio que contempla los costos y el trabajo de todo el circuito de producción, comercialización y consumo; la gestión económica comercial con los productores de la ESSP con las diferentes estrategias desarrolladas por la Incubadora, como Almacén Autogestivo, Mercado Territorial, Alimentos SaludableSS, UNQ Produce y Alimenta, organizaciones de distribución y comercialización, entre otros.

También tiene mecanismos de financiamiento organizados con los productores de alimentos de la ESSP, quienes facilitan plazos de pagos a una semana permitiendo fortalecer el circuito. Y tiene fondos provistos por diferentes proyectos de fortalecimiento de circuitos de comercialización.

Cuenta con la coordinación y gestión de docentes integrantes de la Incubadora de Economía, Mercados y Finanzas Solidarias de la Universidad Nacional de Quilmes y la asesoría técnica de los equipos de distintas instituciones públicas, con el desarrollo de estrategias de comercialización y abastecimiento popular de alimentos de calidad a precios justos.

#### **4.6. Desafíos**

- Fortalecimiento de circuitos socioeconómicos alimentarios, en los cuales las relaciones y flujos económicos de producción-circulación-consumo amplíen las condiciones de ingreso, producción y trabajo de las pequeñas unidades agrarias y cooperativas de alimentos, al mismo tiempo que conlleven mejoras en las condiciones de acceso a una alimentación saludable por parte de la población en general y, principalmente, de la más vulnerable.
- Fomento de políticas locales y provinciales que generen experiencias de articulación para optimizar el acceso a mercados (estatales), coordinación con los diferentes colectivos y movimientos de productores de alimentos facilitando asistencia técnica para la comercialización y distribución, así como el desarrollo de centros de concentración regionales que brinden servicios para mejorar los precios de los alimentos y las condiciones para su circulación responsable.
- Desarrollo de corredores regionales para la generación de intercambios desde los planteamientos socioculturales.
- Generación de mecanismos de financiamiento para la comercialización.

- Desarrollo y fortalecimiento de programas de asistencia técnica con diferentes actores del Estado, promoviendo el entramado de productores, el desarrollo de herramientas de gestión para la distribución, logística, financiamiento y comunicación con plataformas colaborativas.

#### **4.7. Recursos**

Central Cooperativa

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_Ooy5VRZ9B8&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=_Ooy5VRZ9B8&feature=youtu.be)

Central Cooperativa - El poder de la Economía Popular y Solidaria

[https://www.youtube.com/watch?v=PCl6FFDRa5A&ab\\_channel=HuvaitiComunicaci%C3%B3n](https://www.youtube.com/watch?v=PCl6FFDRa5A&ab_channel=HuvaitiComunicaci%C3%B3n)

#### **5. Tienda Colectiva**

La Tienda Colectiva (TC) es un dispositivo de comercialización asociativa en la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) para productores vinculados a las organizaciones sociales de la Mesa de Promoción de la Economía Social y Solidaria (MePESS).

**Figura 5.1**  
**Identidad**



**Figura 5.2**  
**Tienda Colectiva en patio seco**



- Fecha de creación: 5 de julio de 2017
  - *Ámbito de actuación:* Universidad Nacional de Quilmes
  - *Página web:* <https://tiendacolectiva.com.ar/>
- Redes sociales:  
<https://www.facebook.com/tiendacolectivaunq>  
<https://www.instagram.com/p/CDmnz4Tj7nN/?igshid=gkqfh42xakkb>

## 5.1. Historia

El origen de la tienda se encuentra en la necesidad de visibilizar y encontrar canales de comercialización para los productos de la ESS elaborados por los productores que forman parte de las organizaciones de MePESS.

En este sentido, la TC, que se desarrolla en la universidad desde el año 2016, recoge la experiencia que se había comenzado a implementar en otra de las organizaciones de la red, el Colectivo de a Pie, un año antes.

De allí en más, son varias las tiendas que se fueron creando en el territorio, adoptándose el mismo nombre, pero desarrollando en cada una de las experiencias sus propias modalidades de gestión según las particularidades de cada organización.



Surgida desde las organizaciones y con un espacio en la universidad, la TC se construyó y se fue forjando como un espacio de gestión y coordinación colectiva por parte de los propios implicados para mejorar día a día la propuesta inicial de construir circuitos económicos solidarios.

## **5.2. ¿Qué es?**

Es un espacio de visibilización y comercialización de productos realizados por cooperativas y productores de la ESS que se lleva adelante dos veces por mes en la universidad, donde la gestión es colectiva y la toma de decisiones se realiza de manera participativa.

## **5.3 ¿Qué ofrece?**

Permite la visibilización y comercialización de lo producido por más de 30 productores de la ESS pertenecientes a las organizaciones del territorio.

Facilita el acceso a la comunidad universitaria de productos de los siguientes rubros: textil, marroquinería, calzado, librería, *bijouterie* y decoración. También se pueden encontrar todo tipo de alimentos como sándwiches, tartas, ensaladas, panificados, dulces y chocolatería.

## **5.4 ¿Cómo funciona?**

La TC abre los jueves cada 15 días. El punto de venta se encuentra ubicado en uno de los patios secos de la universidad, un lugar céntrico y al aire libre.

Durante la propia jornada de comercialización, los productores dejan sus productos para la venta a quienes están designados para desempeñar los distintos roles pautados para facilitar la comercialización: coordinadores, vendedores y cajeros.

La TC está dividida en dos espacios: uno de gastronomía y otro denominado polirrubro (donde se ofrece todo el resto de los productos que no son de gastronomía).

El dinero por las ventas es recaudado en una caja común, y se reparte al finalizar el día según lo que le corresponda a cada uno.

La TC se piensa y se organiza en un espacio mensual de toma de decisiones en las cuales se han conformado tres comisiones: Gestión contable, Comunicación y Compras. A partir de ellas se gestionan las decisiones tomadas.

## 5.5. Alcance territorial y vinculaciones institucionales

Las organizaciones y entidades participantes de la TC son: Nos Estamos Organizando (NEO), Colectivo de a Pie, Equipo de Mujeres que Asisten por una Mejor Calidad de Vida (Emac), Productores y Artesanos en Movimiento (PAM), La Minga, Centro de Formación Profesional 406, el Obrador, La Pirka, Horizonte y feria de productores “Virgen de Itatí”.

**Figura 5.3**  
Logos de organizaciones Tienda Colectiva



Las organizaciones que han desarrollado su propio espacio de TC son el Colectivo de a Pie y el Equipo de Mujeres que Asisten por una Mejor Calidad de Vida (Emac). A su vez, vinculada a la Asociación Civil Horizonte, se encuentra la TC realizada en la sede de Cáritas Quilmes.

Asimismo, a partir articulaciones institucionales desarrolladas desde la conformación de la TC en la universidad, se ha podido constituir un grupo de productores de la propia tienda para que asistan a comercializar sus productos

a la Feria del Productor al Consumidor que se desarrolla mensualmente en el predio de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires (Fauba).

## **5.6 ¿Cómo se sostiene?**

Los costos asociados a la implementación de la TC son financiados a partir de la creación de un fondo común que surge del cobro de un 5% de las ventas realizadas en cada una de las jornadas.

El destino de ese fondo se decide en las asambleas mensuales donde se priorizan las necesidades para mejorar el espacio de comercialización (compras de mesas, lonas, caballetes, o costos vinculados a la comunicación).

A ese fondo se suman los aportes realizados desde las incubadoras universitarias (de Empresas Sociales y de Economía, Mercados y Finanzas) vinculadas a la coordinación del espacio de TC.

## **5.7. Ideas fuerza**

- Visibilización y comercialización de productos de la ESS en espacios de gestión colectiva y toma de decisiones participativa en espacios de asamblea.
- Vínculo directo entre productores de la ESS y consumidores de la comunidad universitaria.

## **5.8. Desafíos**

- Reaplicar el dispositivo en otros espacios institucionales.
- Promover la participación colectiva de los productores de la TC en otros espacios de comercialización de la ESS.
- Consolidar el portal de la Tienda Colectiva como un espacio virtual de comercialización para la comunidad en el territorio de referencia de la universidad y las organizaciones.

## **6. Línea de finanzas solidarias para la comercialización**

El Crédito a la Comercialización Solidaria (CCS) es un dispositivo que permite financiar la compra de productos en las ferias de la Economía Social y Solidaria a través de la utilización de una moneda social.

**Figura 6.1**  
**Identidad**



**Figura 6.2**  
**Mesa del crédito a la comercialización**



### **6.1. ¿Para qué se utiliza?**

El CCS consiste en una estrategia de financiamiento que busca impulsar el desarrollo y fortalecimiento de la ESS en uno de los principales cuellos de botella del sector: la comercialización.

Es una herramienta que beneficia tanto a productores como a consumidores al integrarlos en formas solidarias de acceso a los bienes y servicios de la

ESS, a partir de un sistema de crédito que busca involucrar a consumidores en estrategias organizadas de compra. Surge a partir de las reflexiones y aprendizajes desarrollados en el marco de la Mesa de Promoción de la Economía Social y Solidaria (MePESS) durante sus primeros años, en la búsqueda de canales alternativos de comercialización para los productores que formaban parte de la red.

**Figura 6.3**  
**Logo MePESS**



La Mesa se conformó en el año 2007 y continúa activa hasta el presente, integrando un conjunto de actores y organizaciones territoriales, entidades educativas y científico-técnicas, así como, en la medida de lo posible, instancias del gobierno local con incumbencia en el tema –en este caso con distinta intensidad– y áreas de participación según las diferentes coyunturas político-institucionales.

En la actualidad, además del Programa CREES, forman parte de la MePESS: el Centro de Formación Profesional 406, las asociaciones civiles Colectivo de a Pie, API, Horizonte y EMAC, y las organizaciones de productores: Ribera Eficiencia Colectiva, NEO, La Minga, 30 manzanas, La Pirka y la cooperativa Oro del Inca.

## **6.2. Historia**

En la primera de las ferias organizadas desde la red, en la que no hubo mucha concurrencia de gente y, por lo tanto, pocas ventas, ocurrió algo que daría lugar luego al surgimiento del CCS.

**Figura 6.4**  
**Orígenes CCS**



En un estand institucional se exponían dos líneas de trabajo de una misma organización, que sin embargo no estaban relacionadas entre sí: de un lado, la muestra de bloques construidos a partir de materiales reciclados, del otro, un banner del Banquito Popular de la Buena Fe, con la iniciativa de microcréditos que gestionaba la organización. En ese contexto, luego de pasar varias personas atraídas por ambas iniciativas, una mujer se animó a preguntar “¿Ustedes dan créditos para comprar bloques?”. Y allí, sin más, desde la necesidad y sabiduría popular, quedó asentada la ausencia de vinculación entre las estrategias crediticias y las que facilitaban la demanda y comercialización solidaria.

A partir de las reflexiones y aprendizajes de aquella primera feria, el dispositivo del CCS fue implementado por primera vez en la II Feria de la Economía Social y Solidaria que se organizó desde MePESS, en diciembre de 2009, en el Centro de Formación Profesional N°406 de Quilmes, el día de entrega de diplomas a los graduados de los cursos de oficios que dicta dicho centro educativo todos los años. Para dar respaldo al crédito se puso a disposición el dinero de un subsidio que estaba originalmente destinado a la constitución de un fondo rotatorio desde la propia red. Este fue utilizado como capital semilla para respaldar esa primera emisión de bonos.

Esa primera experiencia fue muy importante por el impacto que demostró el dispositivo sobre el total de ventas realizadas en el marco de la feria: dos tercios de las ventas fueron realizadas por medio de la utilización de “bonos de compra solidaria” (el tercio restante fueron las ventas saldadas en efectivo).

Desde aquel momento hasta ahora se han realizado más de 20 ferias en las que se ha implementado el CCS, donde la operatoria se ha ido mejorando tanto en la gestión como en la estrategia de ampliación. La propuesta de la feria supone la conformación de un mercado social, con participación en la toma de decisiones por parte de los productores. Asimismo, a la par de la finalidad de comercialización, en las ferias también se promueve la creación de espacios de encuentro, formación, esparcimiento y construcción de sentidos para la ESS.

### **6.3 ¿Que ofrece el CCS?**

Para los productores, garantizar un piso de ventas en el marco de las ferias de ESS en las que se implementa. Para los consumidores, acceder a un financiamiento de las compras realizadas durante las ferias, permitiendo un pago en cuatro cuotas sin interés (a partir del mes siguiente de realizada la feria).

Se promueve la confianza a través de la conformación de grupos en los que la gestión del crédito se trabaja en clave de “garantía solidaria” (hay un compromiso grupal por la devolución de los créditos).

### **6.4. ¿Quiénes y cómo pueden acceder?**

El CCS se implementa a través de una moneda social, “el bono de compra solidaria”, que se distribuye y circula durante el desarrollo de la feria y caduca al finalizar la misma.

Decimos que es un sistema basado en la confianza debido a que para acceder a él no se requieren avales formales, solo pertenecer a organizaciones o entidades con las cuales se han ido construyendo, a partir del trabajo compartido a lo largo de los años, relaciones de confianza desde la universidad.

A esta moneda pueden acceder, a través de sus espacios de inserción, todos aquellos que sean estudiantes de cursos y carreras de ESS de la universidad desde las propias comisiones de prácticas profesionalizantes; los integrantes de organizaciones sociales, tanto si forman parte de MePESS, como si fueron invitadas a participar de la feria; quienes sean parte de proyectos de extensión o incubación de la universidad y que se encuentren vinculados a la ESS; y los trabajadores de la universidad que se hallen afiliados a su obra social.

La articulación con la Obra Social de la Universidad Nacional de Quilmes (OSUNQ) ha sido de gran importancia desde 2013. Por medio de un acuerdo se ha posibilitado que los afiliados puedan acceder a bonos para la compra de productos en el marco de las ferias de ESS. Una vez finalizada la feria, desde OSUNQ

- Experiencias de comercialización y distribución de alimentos •

transfieren el monto total de lo solicitado por sus afiliados, para permitir el pago a los productores que recibieron bonos. El recupero de ese dinero lo hace la obra social a partir del descuento, en cuatro cuotas sin interés, directamente desde el sueldo de los afiliados que hubieran accedido a ese beneficio.

**Figura 6.5**  
**OSUNQ**



## 6.5 ¿Cómo funciona?

**Figura 6.6**  
**Operatoria del CCS**





Podemos ver en este gráfico cómo es el ciclo financiero del CCS, desde la impresión de los bonos (a partir del respaldo existente), su ofrecimiento durante la propia feria, el cambio de los bonos recibidos por los productores por dinero de curso legal (el respaldo) y, finalmente, la recuperación del fondo prestable a partir del cobro de las cuotas en los meses subsiguientes.

Cabe mencionar que, a los productores participantes de la feria, al finalizar esta y al momento del cambio de los bonos por dinero en efectivo, se les retiene el 5% del total de sus ventas en bonos para cubrir distintos tipos de gastos vinculados tanto a la organización de la feria como a la implementación del CCS: impresión de los bonos, incobrables, etc.

A lo largo de 10 años, desde el inicio del CCS, el porcentaje promedio de incobrables (créditos que fueron solicitados, pero no fueron devueltos) ha sido solamente del 3% del total del monto de crédito otorgado en cada feria.

## **6.6 Alcance territorial y vinculaciones institucionales**

El CCS se implementa en las dos ferias anuales de ESS que se organizan desde MePES en la Universidad, y también en la fiesta anual de colación del CFP 406 de Ezpeleta.

También en la propia universidad, desde el año 2016, es utilizado el sistema de crédito en las ediciones de la Fiesta del Libro y la Revista, organizadas desde el proyecto de Extensión Universitaria “El Sur también publica”, en las que participan más de 100 editoriales independientes. En estas últimas solo pueden acceder al crédito los afiliados a la obra social.

Podemos indicar las experiencias de replicación en otros espacios universitarios.

Desde su surgimiento hasta la actualidad se han registrado repeticiones del dispositivo del CCS para promover la comercialización en otros espacios de comercialización, también en el marco de universidades públicas, desde sus secretarías de extensión. Mencionaremos aquí a la sede San Miguel de la Universidad Nacional de Luján (UNLU), que comenzó a utilizar en el año 2016 un sistema de financiamiento a la comercialización para impulsar las ventas de las ferias realizadas mensualmente en dicha sede; y el Financiamiento al Consumo Solidario (FiCoSol) en la Universidad del Centro, impulsado a partir del año 2014 desde la Secretaría de Extensión Universitaria, en articulación con la Asociación de Trabajadores No Docentes de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Atuncpba), que ha permitido al personal de la universidad realizar compras en las ferias realizadas en aquella en hasta tres

cuotas sin interés. El respaldo a los bonos emitidos se realiza con fondos de la propia Atuncpba.

Asimismo, desde el año 2016, en articulación con la Incubadora de Intervención Socio Ambiental de la propia universidad, comenzó a desarrollarse en las ferias realizadas en ella un dispositivo denominado Eco-Canje, que funciona en vinculación al CCS: se reciben materiales reciclables en el marco de las ferias que son canjeados por bonos para ser utilizados para la compra de productos de la ESS.

## **6.7. ¿Cómo se sostiene?**

La sostenibilidad del dispositivo a lo largo del tiempo ha estado vinculada, entre otras cosas, a una estrategia de hibridación de recursos, esto es, la presencia de varias fuentes de financiamiento (Estado, mercado y donaciones) a la vez, con sus distintas lógicas.

En primer lugar, con respecto a los fondos que hacen de respaldo a los bonos de compra emitidos para cada una de las ferias, se ha dado un proceso de conformación de un pool de fondos provenientes desde la propia universidad, de la Comisión Nacional de Microcrédito (CoNaMi) y, como mencionamos, de la propia obra social de la universidad (en este caso para cubrir las compras realizadas por sus afiliados).

Por otra parte, los costos de la operatoria, la organización del mecanismo y el seguimiento de la cartera de crédito (préstamos y devoluciones) se ha asumido de forma colectiva por los actores de la red, con donaciones en horas de trabajo en algunos casos (estudiantes a través de prácticas profesionalizantes, referentes de organizaciones para el cobro de las cuotas, etc.), por medio de fondos provenientes de proyectos de extensión e incubación de la propia universidad, o de la propia dinámica del CCS, a partir del cobro del 5% del total de las ventas realizadas en bonos a los productores participantes en cada feria.

Cabe mencionar aquí los bajos costos operativos del dispositivo, que se deben al hecho de estar basado en los lazos de confianza intra e interorganizacional: los créditos son gestionados entre los integrantes de cada organización solicitante y son devueltos al grupo promotor en la universidad en los espacios habituales de articulación.

El aumento en la frecuencia de ferias con utilización de CCS fue una experiencia fallida. La posibilidad de disponer de fondos propios para la realización de ferias con oferta de CCS llevó en el año 2013 a la realización de un número de ferias muy superior al de los años previos: fueron nueve en total, en relación con

las dos ferias anuales que se venían desarrollando anteriormente con participación de las distintas organizaciones que componen MePESS.

Dicha posibilidad, alentada por los productores participantes en las ferias, condujo, en el momento en que se implementó, a una gradual disminución en el monto y cantidad de organizaciones tomadoras de crédito a medida en que avanzaba el año y se sucedían las ferias. Esto puede comprenderse a partir de que los solicitantes del CCS solían ser las mismas personas: referentes de las organizaciones, los mismos productores y sus familias, que con el correr de las ferias veían con menor entusiasmo la solicitud de nuevos créditos si aún no habían terminado de cancelar los anteriores.

## **6.8. Ideas fuerza**

- El CCS es un sistema basado en la confianza: para acceder a él no se requiere de ningún aval formal.
- Es un dispositivo que beneficia tanto a productores como a consumidores, al integrarlos en formas solidarias de consumo.
- Es una tecnología dentro de las finanzas solidarias para la promoción de mercados para la ESS.

## **6.9. Desafíos**

- Promover la reaplicación del CCS en otros espacios de comercialización de la ESS (ferias, almacenes, nodos de consumo, etc.).
- Complementar el dispositivo de CCS con la utilización de monedas digitales en los espacios de feria en que se implementa.
- Promover mecanismos de ahorro que permitan complementar las fuentes de financiamiento.

## **Conclusiones**

Es importante remarcar y visibilizar el rol de la universidad pública en la co-construcción e implementación de estas experiencias, a partir del ejercicio de sus funciones sustantivas como son la extensión, la investigación y la formación; dichas funciones permiten generar procesos de aprendizajes y de interacción con diferentes actores y experiencias. Esto lo enmarcamos desde los recorridos desarrollados por los equipos de trabajo universitarios en la línea de

economía social y solidaria<sup>8</sup> que vienen trabajando y profundizando su desarrollo con experiencias formativas, con los aprendizajes derivados de los proyectos de extensión y con la investigación aplicada participativa desde los territorios de trabajo.

De igual manera, la incubación de procesos permite la articulación con diversas organizaciones de la ESSP (cooperativas, empresas recuperadas, agricultura familiar, pequeñas empresas, entre otros) y entidades del sistema científico-técnico, con la finalidad de desarrollar y profundizar los mercados sociales con los valores de la economía social, solidaria y popular, apuntando a construir circuitos de comercialización y abastecimiento de alimentos que permitan un mejor ingreso para los productores y facilite el acceso de alimentos a consumidores a partir de la construcción de un precio justo. Asimismo, la incubación de procesos promueve la generación y fortalecimiento de diferentes mecanismos de interacción, asociativismo y cogestión, impulsando la articulación en redes asociativas y entramados socioeconómicos de actores y sujetos vinculados a la ESSP.

Las experiencias presentadas son abordadas desde la perspectiva de los circuitos socioeconómicos de alimentos que tienen como objetivo generar tramas de vinculaciones y flujos económicos que permitan satisfacer las necesidades alimentarias de la población (y de los sectores populares en particular) y mejorar el acceso a los mercados de las unidades productivas de la ESSP bajo criterios de justicia y equidad.

Podemos valorar diferentes puntos en común entre las experiencias presentadas que permitan analizar y discutir sus procesos de sustentabilidad.

Primero, las experiencias surgen de procesos de interacción entre los equipos de docentes universitarios en trabajos de extensión, de formación, de investigación aplicada y de transferencia. Ello permite que las experiencias puedan constituirse con un fuerte acompañamiento y asesoría en coordinación con diferentes actores de los territorios organizados (cooperativas, federaciones, emprendimientos asociativos e individuales, pequeños productores de la agricultura familiar y pymes, entre otros).

Segundo, los procesos de asociativismo y autogestión entre diferentes grupos de trabajo permiten valorar los diferentes roles y funciones de cada inte-

---

<sup>8</sup> Sobre la experiencia del Proyecto CREES véase: 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 el sitio <http://www.observatorioess.org.ar>

grante de las experiencias indicadas. El valor del trabajo y su retribución es importante, por lo cual las experiencias construyen mecanismos de intercambio económico comercial.

Tercero, la hibridación de recursos, es decir, los aportes de la universidad, de los diferentes actores de las experiencias y la búsqueda de fondos en programas públicos y privados, resulta fundamental en la implementación y sustentabilidad de las experiencias. Cuarto, las innovaciones desarrolladas en los procesos de gestión económica comercial en las experiencias toman elementos de la administración tradicional y se articulan a otros procesos cooperativos y asociativos, donde se rinden las cuentas, se muestra la transparencia y se toman decisiones colectivas. Esto se hace internamente en cada dinámica de los equipos de trabajo de las experiencias en la relación con los productores/ proveedores, así como con los consumidores.

Quinto, la relación con los territorios es fundamental, ya que permite fortalecer los entramados generados y construir escalas que garanticen la construcción y expansión de mercados sociales para la economía social, solidaria y popular.

Estos aprendizajes nos permiten reelaborar y deconstruir constantemente los procesos de reaplicación y de validación social de las experiencias, permitiendo su socialización y su implementación en otros territorios y contextos.

## Referencias bibliográficas

- 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), *Divulgatio*, N°3, Universidad Nacional de Quilmes.
- Arnaiz, C. (2018). Finanzas solidarias para el desarrollo de mercados solidarios. El caso del crédito a la comercialización solidaria en la Universidad Nacional de Quilmes (2009-2016). (Trabajo final integrador). Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2050>.
- Arnaiz, C., Pastore R. (2019). “Finanzas para la intermediación solidaria. La experiencia de una década de la Universidad Nacional de Quilmes”, en García, A. y Rosa, P. (comps.), *Excluidos financieros. Actores, políticas y estrategias en la Argentina del Siglo XXI*, CEUR-Conicet. Editorial El Zócalo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Chiroque Solano, H.; Guerriere, M. y Recalde, E. (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”, +E: *Revista de Extensión Universitaria*, Año 5. # 5. Economía Social y Solidaria: Perspectivas, aportes y desafíos para construir otra economía, Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe.
- Chiroque Solano, H. y Recalde, E. (2018), “Parte 6: Uma experiência de incubação na Argentina, Incubação de processos: geração de mercados solidários”; en *Incubadoras tecnológicas de economia solidária*, Addor, F. e Rolim Laricchia, C. (orgs.). Editora UFRJ, Núcleo Interdisciplinar para o Desenvolvimento Social (Nides/UFRJ), Centro de Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, pp. 353-361.
- Chiroque Solano, H. 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”, *Revista Otra Economía*, vol. 12, N° 21:248-260, enero-junio.
- Flores, C. (2019), Tienda Colectiva de la Economía Social y Solidaria. Ponencia presentada en el Segundo Congreso Nacional de Economía Social y Solidaria, Universidad Nacional de Quilmes. 16, 17 y 18 de septiembre de 2019.
- Pastore, R. (2020), “Circuitos socioeconómicos y emergencia alimentaria. Una agenda transformadora y democrática para el desarrollo popular y solidario”, *Revista de Ciencias Sociales*, segunda época, N° 37, otoño de 2020, pp. 31-56, edición digital.

Pastore, R. (2019), “Estrategias de vinculación universitaria para el fortalecimiento de la economía social y solidaria. Algunos apuntes desde una práctica integral de extensión universitaria e incubación social de Argentina”, *Revista Otra Economía*, vol. 12, N° 21:231-247, enero-junio.

Perret, M. (2018), “Comercializadoras solidarias: abriendo caminos para la economía social y solidaria”, en Caracciolo, M. (coord.), *Economía Social y Solidaria en un escenario neoliberal: algunos retos y perspectivas*, edición digital. Disponible en

[https://base.socioeco.org/docs/economia\\_social\\_y\\_solidaria\\_en\\_un\\_escenario\\_neoliberal\\_-\\_ceurconicet.pdf](https://base.socioeco.org/docs/economia_social_y_solidaria_en_un_escenario_neoliberal_-_ceurconicet.pdf)

## Acerca de los autores

### **Henry Chiroque Solano**

Egresado de la Maestría de Economía Social de la Universidad Nacional de General Sarmiento (Argentina), becado por la Cooperación Técnica Belga. Licenciado en Trabajo Social por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Perú). Profesor instructor del Departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional de Quilmes. Participa en diferentes proyectos de investigación y extensión de la UNQ. Integrante del proyecto de extensión “Construyendo Redes Emprendedoras en Economía Social y Solidaria” (CREES). Director de la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas de la UNQ.

### **Laura Andrea Niño Aguirre**

Psicóloga egresada de la Universidad Santo Tomás, Bogotá, Colombia. Cursa la Maestría en Psicología Social y Comunitaria, Facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires, Argentina. Diplomada en Desarrollo Local y Economía Social de Flacso Argentina. Profesora de la Universidad Nacional de Quilmes. Investigadora en los proyectos “Fortalecimiento de circuitos socioeconómicos alimentarios, para la atención de la emergencia alimentaria ante el covid-19 en el Partido de Quilmes y alrededores” y “La investigación acción participativa como aporte a la re-aplicación de experiencias de Incubación Universitaria en Economía Social y Solidaria”. Coordinadora ejecutiva de la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas de la UNQ.

### **Christian Arnauz**

Licenciado en Ciencia Política en la Universidad de Buenos Aires. Diplomado en Desarrollo Local y Economía Social en Flacso Argentina. Especialista en Gestión de la Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de Quilmes. Profesor instructor de la materia “Sistemas de intercambio y finanzas solidarias” en la UNQ. Investigador en el proyecto “Fortalecimiento de circuitos socioeconómicos alimentarios, para la atención de la emergencia alimentaria ante el covid-19 en el Partido de Quilmes y alrededores”. Director del proyecto de extensión CREES - Sistemas de Intercambio Solidarios. Integrante de la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas Solidarias de la UNQ.



### **Martín Alberto Garo**

Licenciado en Trabajo Social por la Universidad Nacional de San Martín. Estudiante de la Especialización en Desarrollo Rural de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires. Profesor instructor del Departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional de Quilmes. Investigador en el proyecto “Fortalecimiento de circuitos socioeconómicos alimentarios, para la atención de la emergencia alimentaria ante el covid-19 en el Partido de Quilmes y aledaños”. Coordinador operativo de la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas (IUEMF) de la UNQ. Integrante del Proyecto de extensión “Construyendo Redes Emprendedoras en Economía Social y Solidaria” (CREES).

### **Marcelina Orellana**

Técnica Universitaria en Economía Social y Solidaria. Integrante de la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas (IUEMF) de la Universidad Nacional de Quilmes. Becaria en docencia e investigación del Departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional de Quilmes para el proyecto “La investigación acción participativa como aporte a la re-aplicación de experiencias de Incubación Universitaria en Economía Social y Solidaria”.