

Hacia un Mercado de la Economía Social y Solidaria

Consejo Social - Universidad Nacional de La Plata

Equipo Promotor del Banco Social y Feria “Manos de la Tierra”. –
Proyecto de Extensión UNLP

Economía Social, definiciones:

En el sistema capitalista se absolutiza el principio de intercambio, y el desarrollo de las relaciones de mercado va construyendo ciertos criterios clave, como los criterios de competencia y eficiencia. Aquellos emprendimientos que no son competitivos, el mercado indica que no tienen derecho a existir, y son castigados con la pena de la exclusión.

Mientras que en la economía de mercado hay competencia, en la **economía social existe lo que llamamos cooperación y complementación**. Todos los trabajos y capacidades son útiles, sólo tenemos que encontrar cómo puedan ser activadas e incorporadas para enriquecer la sociedad. Admitir que existen diferencias y no querer que todos hagan lo mismo, es algo que hay que construir para evitar caer en la respuesta neoliberal que nos dice *“a todos ellos no los necesito... Porque si no necesito sus productos, no necesito sus capacidades, no los necesito a ellos tampoco. Me resultan indiferentes”*. Es necesario que todo el mundo esté contribuyendo a esta sociedad desde lo que sabe y puede.

Las experiencias de los colonos en las ferias francas, las artesanías del mercado de la estepa, las comunidades de la puna, los huerteros de la feria orgánica, etc, nos muestran sus distintas búsquedas por otra manera de institucionalizar el principio de intercambio, donde no se absolutiza sino que es regulado por el principio de autarquía, de planificación/coordinación colectiva, de reciprocidad, de redistribución.

Estas búsquedas de otra manera de institucionalizar el principio de intercambio, generan sistemas socialmente más incluyentes y más justos. Construir mercados donde las relaciones sean otras, no implica negar ni despreciar que el productor tenga estímulo por vender su producto, pero permite incorporar elementos culturales y sociales, excluidos de las concepciones meramente mercantilistas, y fundamentalmente construir el concepto de “comunidad”. Así, aunque cada uno trata de vender sus productos y hacerlos cada vez mejor, le preocupa que otros no puedan vender los suyos, y aporta ideas y esfuerzo personal para que lo logren. Si hay competencia es **competencia cooperativa**, porque existen valores de solidaridad, porque no son indiferentes entre sí, porque son y se reconocen como personas, no como meros oferentes.

La relación entre producción y reproducción

En la lógica de la economía de mercado la producción y la reproducción aparecen desligadas entre sí y sólo mediadas por el funcionamiento -la “mano invisible”- del mercado. Desde la perspectiva de la economía social ambos momentos se relacionan dialécticamente. Debemos tratar de ver el conjunto de capacidades que tiene una comunidad, el conjunto de sus necesidades y los mecanismos y acuerdos que permitan asignar esas capacidades de manera que todos puedan realizar sus trabajos y resuelvan lo mejor posible sus necesidades. No tiene sentido producir para no resolver necesidades

porque implica realizar un trabajo que no es útil para nadie. Tampoco tiene sentido que haya necesidades insatisfechas cuando hay recursos que están inactivos.

La división social del trabajo

En una economía capitalista, la división del trabajo y los procesos de producción están organizados por la lógica del capital. Ésta moldea la manera en que se producen los bienes, cómo se venden, y cómo se organiza el comercio a nivel mundial. Es la economía de mercado, que el liberalismo económico permitió legitimar como “*la economía*”. Aquí se encuentran las empresas de capital y toda su actividad económica, que está formalmente registrada.

Además, hay otra esfera que contiene una *economía subterránea*, oculta para la mirada del sistema, porque no está registrada como la anterior. En esta esfera se ubica el trabajo de reproducción, así como todo el sector informal que participa del mercado pero que no está reconocido, legalizado ni formalizado. Todo esto conforma una determinada estructura de poder y una división social del trabajo, que organiza el sistema de la economía-mundo.

Desde la propuesta de la economía social tenemos otras posibilidades: organización a partir de la cooperación, la complementariedad, la planificación para lograr equilibrios sociales y ecológicos. Podemos pensar una división del trabajo que no sea coercitiva sino voluntaria y se pueda optar entre los distintos trabajos con una libertad no asediada por el hambre. Hay una parte muy importante del trabajo asalariado que es absolutamente rutinario y que sólo obedece órdenes.

Desde la economía social se plantea que el trabajo es parte de la vida. El trabajo no es un medio para el fin de vivir. Vivir es un fin que es la condición de todos los fines. Es importante que el trabajo sea valorado, que uno sea reconocido en el trabajo, y que haya relaciones afectivas en el trabajo.

El sujeto

En una economía de libre mercado el sujeto de la economía son las empresas de capital. Los trabajadores son tratados como objetos, no es la persona lo que interesa sino su función dentro de la empresa, la función dentro de la división del trabajo.

El sujeto de la economía social son trabajadores asociados, autogestionados y democráticamente organizados.

La regulación de la economía

En la economía capitalista el mercado es el que regula la economía. En cambio, en una economía social es la sociedad la que regula la economía, le pone límites, anticipa lo que no conviene hacer por las consecuencias que traerá. La sociedad de libre mercado configura prácticas y relaciones economicistas, de determinismo económico. Lo económico determina todo: la calidad de vida, el reconocimiento social, los derechos y obligaciones, etc. El dinero es representante de la riqueza, de la calidad de vida, del status, del poder.

En la economía social el dinero es un medio para hacer funcionar la economía: es un instrumento que podemos controlar y que podemos decidir cuánto emitir.

Desde la propuesta de la economía social los criterios centrales son criterios éticos y políticos. Entonces, la economía no es un mecanismo que se autorregula, que nos determina, y frente al que sólo nos queda adaptarnos. Podemos tomar decisiones conscientes en base a una ética, a principios fundamentales a los que no estamos dispuestos a renunciar. Podemos construir nuestro propio entorno social colectivo.

Los precios

En una economía de mercado el precio refleja la posibilidad de sacar la máxima ventaja: pagar el menor precio posible por lo que compro y cobrar el mayor precio posible por lo que vendo. O puede pasar que simplemente uno es “tomador de precios” y entonces los precios están dados y cada uno se adecua.

En la economía social aparece una problemática de valores, **aparece el término de “precio justo”**. Se establece una discusión sobre la relación entre precio y trabajo. Si el trabajo es lo que produce valor, ¿no será que el precio tiene que estar relacionado con el trabajo, con el esfuerzo realizado, y no con la escasez en el mercado? ¿Cómo establecer un sistema que relacione equilibradamente el esfuerzo para producir algo y el dinero que tienen que pagar por eso? ¿Cómo valorar trabajos de personas con capacidades distintas? ¿Si establecemos una moneda social para facilitar el intercambio, cómo fijamos los precios?. Entonces, la pregunta es si es posible establecer un sistema de precio justo basado en el trabajo. Es un desafío bien complejo. Entre otras razones, porque los productos no sólo cuestan el trabajo que llevó hacerlos, sino también el trabajo necesario para producir los bienes utilizados en la producción. Y de todas maneras, ¿cómo valoro la energía de la naturaleza? Los precios tienen que reflejar de alguna manera no sólo el intercambio entre los trabajos, sino también el intercambio con la naturaleza. Entonces, necesitamos una teoría del valor más compleja, no alcanza ni siquiera con la teoría del valor-trabajo. (Coraggio, José Luis, 2010)

Un Mercado de la Economía Social

Sobre la base de estos conceptos y debates, o muchas veces desde la simple práctica de emprendimientos en que individuos se asocian para tratar de progresar en busca de un mejor futuro para sus familias, muchos emprendimientos de la región vienen trabajando en el marco de lo que llamamos Economía Social.

Enfrentan innumerables dificultades para sostenerse y consolidarse, pero fundamentalmente encuentran su mayor limitante al momento de la comercialización.

En **base a experiencias existentes dentro de la propia Universidad**, a partir de proyectos de extensión, **el Consejo Social**, órgano asesor del Presidente de la UNLP, constituido por representantes de la comunidad de la Región Capital, **se propuso avanzar en una propuesta de Mercado de la Economía Social**, que permita generar un circuito de comercialización sobre la base de un espacio físico, pero que también haga las veces de “incubadora” de emprendimientos de la economía social, de modo de aportar, desde las diferentes disciplinas de la Universidad, y desde las diversas visiones del Consejo, al crecimiento y la consolidación de estos proyectos productivos.

Del mismo modo, se pretende sentar las bases para poder llegar a los sectores de menores recursos con productos de calidad, a un precio justo, fundamentalmente a partir del fortalecimiento de los lazos entre organizaciones de la comunidad y el mercado.

Algunos ejes de la Propuesta:

Espacio Físico: se pretende iniciar con un espacio con capacidad aproximada para 90 puestos, que cuente con sanitarios y espacio para almacenamiento. También se evalúa, ya avanzado el proyecto, en contar con un espacio destinado a la elaboración de productos.

Se encuentran avanzadas las gestiones ante el ente Administrador de Infraestructuras Ferroviarias, a fin de llegar a un acuerdo en torno a un predio bajo su administración, en donde situar el Mercado.

Registro Inicial de Emprendimientos de la Economía Social: en el marco del Consejo Social se resolvió que todos los integrantes del mismo pudieran proponer emprendimientos de la economía social para participar del Mercado. Dicho Registro se realizó entre los meses de Abril y Mayo de 2011, y cuenta con 24 espacios diferentes de emprendedores que abarcan desde productos frutihortícolas y alimentos elaborados, hasta cestería, textiles y bloques.

El Mercado es concebido no sólo como un espacio físico de comercialización, sino como un lugar de decisión, desde dónde se vayan progresivamente apuntalando y fortaleciendo, los Emprendimientos, en aspectos tales como bromatología, presentación de los productos, calidad, etc. .

Entre los aspectos a resolver, la certificación de los productos resulta central para la incorporación efectiva al Mercado, y será abordada desde un **criterio inclusivo**, de manera conjunta con las organizaciones, los municipios y las instancias provinciales correspondientes.

Modalidad de funcionamiento para la gestión del Mercado: se propone una modalidad de gestión colectiva, superando instancias individuales de gestión del emprendimiento.

A partir del Registro, se plantea que las organizaciones de productores se organicen de manera comunitaria en la gestión del Mercado. Esta concepción está relacionada con uno de los principios de la Economía Social, ligado a la necesidad de promover y fortalecer los procesos organizativos de los sujetos intervinientes. Ahora bien, en el mercado participarán distintos grupos y organizaciones, con historias y trayectorias disímiles y variadas. Si bien la base del Mercado será dada por la experiencia de la Feria “Manos de la Tierra”, sostenida por familias productoras frutihortícolas de la región, desde un principio se valora la importancia de potenciar esta iniciativa de la economía social, incorporando otros rubros productivos: alimentos elaborados, textiles, artesanías, etc, provenientes de los otros actores del Consejo Social.

Esta composición, denota la diversidad organizativa y productiva de los participantes del espacio de comercialización, por lo cual la principal tarea que funda y atraviesa este proceso es poder construir vínculos.

Vínculos organizativos-políticos, que no vienen dados, que no están naturalizados y que por el contrario hacen anclaje en procesos históricos y en prácticas básicamente de orden individualista, fruto de búsquedas de subsistencia, marcadas en un contexto de país de corte neoliberal, que generó conocidos niveles de exclusión.

Lo anterior, nos pone en el convencimiento estratégico, sobre la necesidad de definir un equipo de graduados-extensionistas abocados a la tarea de promover y facilitar la construcción de dichos vínculos, al interior del colectivo de organizaciones que participan del Mercado. La función del equipo de extensionistas, consistirá en generar las condiciones para la formulación de un conjunto de normas y procedimientos; por lo tanto la construcción de un enfoque participativo, que sienta las bases para la dinámica del funcionamiento del espacio colectivo de comercialización.

El conjunto de regulaciones que estructura el funcionamiento y la dinámica del mercado, estará dado por algunos aspectos básicos, tales como:

- Frecuencia y duración de la jornada.
- Diseño del espacio físico y circulación de consumidores.
- Organización y características de stands y puestos de venta
- Certificación bromatológica (participativa) de los productos.
- Logística y traslado de productos
- Acopio de productos.
- Precios acordados para los productos de la feria.
- Atención a consumidores. Construcción de vínculos productor/consumidor.
- Comisiones de feriantes para actividades particulares.
- Comunicación.
- Actividades culturales.

El debate y la búsqueda de consensos, en base a los conceptos anteriormente mencionados, permitirá construir un manual de funcionamiento del Mercado, que se irá actualizando a medida que la realidad lo requiera.

Entre otras cuestiones y por tratarse de una propuesta que nace de la UNLP, se valora la participación de las distintas unidades académicas según la problemática que demande la instalación del mercado.

Ferias itinerantes: la propuesta contempla también la realización de estas ferias, como mecanismo para llegar a los sectores más vulnerables de la comunidad, en un comienzo con alimentos de mejor calidad a un precio más accesible. Dichas Ferias serán planificadas y coordinadas con los municipios involucrados y las organizaciones sociales presentes en el territorio.

Logística: este punto se plantea como una limitación importante para gran parte de los emprendimientos, por lo que se ha avanzado en conversaciones con el Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos en la búsqueda de la construcción de una Cooperativa de Transporte asociada al Mercado.