

Comercializadora Universitaria La Justa. Experiencia de intermediación solidaria y economía popular en el marco de la pandemia

M20

ET3

Barrios Ana (FTS-UNLP), **Dumrauf Sergio** (UNLP/INTA)

FUNDAMENTACIÓN

El fortalecimiento de la comercialización trae aparejadas mejoras en los ingresos de los productores locales, de la economía popular (EP), la economía social solidaria (ESS) y la agricultura familiar (AF), al ampliar sus ventas. Esto sin dudas potencia un desarrollo “desde lo local”. Sin embargo, el horizonte de acción es “extraeconómico”, es decir no se reduce a la ampliación de los volúmenes comerciales del sector, sino que se busca promocionar la economía popular y social solidaria entre los consumidores locales, y de generar nuevas relaciones sociales que promuevan otra producción, otro consumo, otros intercambios, otra economía. Como sostiene Xavier Montagut (2007) “el comercio justo no puede ser una carrera lineal por la conquista de simples cuotas de mercado. Su éxito o fracaso se ha de medir por su capacidad para introducir un punto de inflexión en la cultura de los consumidores”. En este sentido, la mirada se pone justamente en la promoción de un consumo responsable, crítico respecto a lo que se consume, reflexivo de las condiciones sociales y ambientales en las que se han producido esos bienes y servicios, el tipo de producción que sostiene, las relaciones de trabajo y de intercambio que promueve, y en general la promoción de un comercio local y de proximidad, que favorezca los entramados comunitarios.

Se establece un eje también, en promover una organización de los y las consumidoras en nodos tanto para la gestión colectiva de las compras, como para la promoción de otra producción, otro consumo y otra economía. Su activación es clave ya que son actores relevantes que pueden generar lazos fuertes con los y las productoras, e involucrarse activamente respecto a qué-cómo y para qué se produce, debatir en conjunto cuáles son los precios justos, involucrarse en sistemas de garantías participativas, y participar de otras acciones dentro de los entramados territoriales para fortalecer conjuntamente las economías locales. La lógica, no es la maximización de la ganancia, sino el DESARROLLO DE LA COMUNIDAD.

Las comercializadoras privadas, netamente capitalistas, se orientan a ampliar permanentemente su margen de ganancias. Suele representar un enorme negocio de intermediación especulativa, que asegura una reproducción ampliada del capital manteniendo los costos lo más bajo posibles y vendiendo lo más caro que el juego oferta/demanda le permita.

En cambio, dentro de la economía social se suele hablar de intermediación solidaria, para diferenciarse del esquema recién planteado. La economía social plantea una economía orientada por una ética de reproducción ampliada de la vida de to-

dos y todas, en lugar de la ética de reproducción ampliada del capital que atraviesa a las economías de mercado netamente capitalistas. En consonancia, la producción, la circulación, la distribución, la comercialización y el consumo también deberían verse atravesadas por una racionalidad reproductiva. Ésta implica que la economía, y en particular los criterios para decidir qué, cómo y para qué/quién se produce, distribuye y consume, y sosteniendo qué tipo de trabajo y relaciones sociales y ambientales, no los decida “el mercado” ni la “demanda” sino que se sujeten a las necesidades vitales de la población, y se legitimen socialmente. En la práctica, y solo por dar un ejemplo, una fábrica puede reducir los costos e incluso echar trabajadores o empeorar sus condiciones laborales con tal de mantener el margen de ganancias. En cambio, una familia, una organización social o una cooperativa buscará la forma -hibridando recursos mercantiles, no mercantiles y no monetarios (Laville 2014) y agenciando estrategias mixtas micro y meso socioeconómicas, para que nadie quede afuera, porque lo que se busca es garantizar el trabajo, sostener esas relaciones de producción-reproducción que generalmente se encuentran atravesadas por la condición de no mercancía de la fuerza de trabajo y por la apropiación del resultado del trabajo por los y las trabajadoras (Kraychete 2014), sacrificando si es necesario parte del excedente (en un esquema general costos + remuneraciones del trabajo + excedentes). En una comercializadora solidaria puede ocurrir lo mismo: sostener los costos –que en este caso es sostener a los productores locales que las proveen-, sostener el trabajo propio, e incluso sostener los precios finales para garantizar el consumo popular, pero resignificar parte del excedente si así hiciera falta.

Ahora bien, ¿Se puede hablar de intermediación pública?

Vacancia y necesidad de “minoristas” públicos: Si bien la intermediación solidaria no persigue estrictamente el lucro, parte del gasto operativo de su estructura suele transferirse a precios finales, encareciendo los productos y restringiendo su acceso, quedando por fuera los sectores de menores ingresos.

Además, teniendo en cuenta que la economía social tiene, por el momento, un desarrollo incipiente caracterizado por una baja capitalización, escasa estructura y baja escala productiva, la misma no suele lograr costos ni precios finales “competitivos”.

Entonces, ¿es justo que se lance a estas economías a “competir” en el mercado? Partiendo de lógicas y objetivos bien diferenciados, unas lucrativas y las otras no lucrativas, cabe pensar que las condiciones de sostenibilidad también difieran en uno y otro caso.

La hibridación de recursos mercantiles, monetarios y no monetarios resulta clave para la sostenibilidad, así como la visibilización de que la escala nunca puede ser la microeconómica, relativa a un emprendimiento particular, sino como mínimo mesosocioeconómica, y de abordaje multidimensional.

Esto refiere directamente a la necesidad de la presencia estatal atravesando toda la trama de valor, pero también cabe pensar en estructuras directamente estatales, de propiedad pública, que gestionen y den soporte a la distribución y comercialización para la economía popular y social solidaria, es decir la comercialización pública de bienes y servicios estratégicos del sector, para absorber directamente parte de

los gastos operativos, de infraestructura y del trabajo, que permitan sostener precios accesibles y garanticen el consumo de los sectores populares. Se habla entonces, de almacenes minoristas públicos, de comercializadoras públicas, específicas para la economía social solidaria.

EL FUNCIONAMIENTO DE LA JUSTA.

En La Plata, a partir del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) que inicia el 20/03/2020, las Ferias ligadas a la Universidad Nacional de La Plata fueron cerradas, por lo tanto, desde el Equipo de Dirección de Economía Popular, Social y Solidaria de la Prosecretaría de Políticas Sociales de la UNLP, y desde la Prosecretaría de Agricultura Familiar de la Facultad de Cs. Veterinarias se comenzó a gestionar una Comercializadora de Intermediación Solidaria, denominada “La Justa”. Integra los productos de dos ferias de la Red de Ferias de la UNLP: “Manos de la Tierra” y “La Veredita”. El esquema de trabajo se inicia con difusión vía redes virtuales de la oferta de alimentos disponibles por parte de los productores familiares, se confirman esos pedidos (tipo de producto, cantidad y precio) y son entregados en 11 Nodos de Consumidores en distintos sitios de la ciudad de La Plata y en la de Berisso. Participan 65 productores, y más de 25 personas en las tareas virtuales de toma de pedidos y logística para el traslado de los alimentos. Se venden alrededor de 1300 bolsones mensuales, 400 quesos, 300 embutidos, 200 kilos de miel, 380 ramos de flores, 610 docenas de huevos, 85 dulces, 50 encurtidos, 60 vinos artesanales, 200 kilos de yerba de cooperativas, panificados, legumbres variadas, alfajores y chocolates artesanales y varios cortes de carne de cerdo y pollo, distintos objetos artesanales, entre otros productos. Las rondas son quincenales. A partir del año 2021, se ha comenzado a trabajar con una canasta virtual con su correspondiente servidor para la toma de pedidos que se puede encontrar en: www.lajustaunlp.com.ar. Dicha modalidad de venta digital ha sido generada y gestionada por la Facultad de Informática de la UNLP, lo que permite comunicar de mejor manera, la calidad de los productos y el sentido de la propuesta. A la vez que posibilita conocer a los productores en sus ámbitos de producción, transformación y acondicionamiento de los bienes producidos. Los desafíos están en relación a mejorar los procesos de logística y distribución, mejorar la comunicación con consumidores y fortalecer y establecer nuevas alianzas con Comercializadoras y productores, que permitan ampliar el volumen y los canales de venta. (Véase: <https://www.facebook.com/La-Justa-comercializadora-105707981222282> y <https://www.instagram.com/lajusta.comercializadora/>)

LXS PRODUCTORES

La Justa, desde la Universidad Nacional de La Plata, y en red con organizaciones sociales, comunitarias, políticas y culturales, busca generar nuevos circuitos comerciales cortos para la economía social y solidaria, que promuevan un comercio de proximidad de alimentos y otros bienes elaborados artesanalmente por cooperati-

vas, agricultores familiares y pequeños productores de la economía popular.

De esta manera, podemos encontrar en la propuesta un sujeto complejo y multivariado, con diversas identidades, orígenes, trayectorias y cursos de acción, y con distintas inserciones territoriales, quienes conforman el entramado socioorganizativo base de la comercializadora, y que abastecen en más de los 80 productos a la oferta disponible en cada Ronda:

Asociaciones, Cooperativas, Ferias, Mercados:

- ▶ Feria Manos de la Tierra (Facultad de Cs. Agrarias y Forestales/ Facultad de Ingeniería): Integrada por familias productoras de la agricultura familiar, del cordón floricultor hortícola platense con producción de verduras de estación; Tambo Don Julián de San Vicente (producción de quesos artesanales); Granos y Harinas sin gluten, y libres de agrotóxicos, transgénicos y aditivos sintéticos.
- ▶ Asociación Unión Romerense: producción de verduras de estación, ubicadas en la zona de Melchor Romero.
- ▶ Asociación Tierra Fértil Abastense : producción de verdura agroecológica y flores de estación. Ubicadas en las zonas de abasto y colonia Urquiza.
- ▶ Mercado Popular "La veredita"-(Facultad de Trabajo Social/Facultad de Artes): Producción de objetos artesanales diversos: arte textil, cerámica, joyería, cosmética natural, Crasas en macetas. Además Comidas caseras, mermeladas artesanales, panificados, , etc.
- ▶ Familias productoras de AMAO de Punta indio y Magdalena: Grupo de tamberos maseros "Amanecer Organizado" (AMAO), Producen quesos artesanales.
- ▶ Familias rurales vinculadas al CEPT 29 de R. Payró .Punta indio y Magdalena: Producen Huevos caseros , Miel de la zona. Embutidos de Fabricación artesanal (salamines, chorizos de campo)
- ▶ Cooperativa Vino de la costa de Berisso. Producen vino artesanal con uvas de variedades locales por agricultoras/es familiares, comercializan cooperativamente sus productos.
- ▶ Red Textil Cooperativa (CNCT) La RTC surge como una acción de promoción de la Confederación Nacional de Cooperativas de Trabajo (CNCT), para generar espacios sectoriales donde las cooperativas se agrupen para potenciar las acciones productivas, comerciales, de encadenamiento. Ofrecen cubrebocas y el superbarbijo de CONICET.
- ▶ Mercado Cooperativo Mayorista UTT/FECOFE : a través de dicho mercado se articula en el ofrecimiento de productos secos/no perecederos cooperativos: Yervas (Grapia Milenaria, Isondú, Yerbal Viejo, Indumar, etc)
- ▶ MTE Rama Rural : desde la articulación de esta organización con el Movimiento de Trabajadores Sin Tierra (MST) de Brasil, se ofrece Café agroecológico DA SERRA que llega a la Argentina donde se realiza el microtueste y el molido artesanal de los granos de café

Unidades productivas familiares:

- ▶ Miel Mitaí: Colmenas en Magdalena y Arturo Seguí Cría consciente de abejas. Arte en Conserva Berisso. productos agroecológicos, dedicada a la elaboración artesanal de dulces y conservas.
- ▶ Alfajores Cometa: elabora chocolates y alfajores artesanales, en Arturo Seguí, La plata.

Pymes Locales:

- ▶ Frigorífico Pueblo Chico: establecimiento que articula la producción con grupos productores de la zona (Chascomús). Realiza troceo de cerdo y reparto de cortes frescos de carne de cerdo.

LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS ALIMENTOS

El problema que se aborda son las dificultades estructurales que tienen las familias productoras, sus grupos y organizaciones para comercializar en forma adecuada los alimentos y otros productos que producen y/o elaboran. En este sentido, las familias productoras hortícolas, venden en su gran mayoría a “culata de camión” (sin conocer el precio de venta de las producciones ofrecidas). En relación a las otras producciones que se desarrollan en la región, como huevos, miel, flores, apicultura y carne de cerdo, las condiciones también son muy desventajosas con precios bajos e incertidumbre en el plazo y condiciones de pago.

Por otro lado, se hace difícil llegar a las y los consumidores, que en ciudades medianas- grandes como el caso de la ciudad de La Plata, generan una demanda insatisfecha de alimentos frescos y naturales, así como también de otros productos, reduciendo intermediarios con la producción local.

La Comercializadora Universitaria “La Justa”, por medio de una plataforma digital para la compra y organizando Nodos de consumidores y consumidoras para las entregas, genera Intermediación Solidaria que permite que las y los productores puedan vender sus productos/alimentos en forma planificada, y las/los consumidores puedan recibir los productos de excelente calidad, recibéndolos cerca de sus hogares. En la actualidad funcionan 11 Nodos: Facultad de Ciencias. Agrarias y Forestales, Centro Cultural La Hormiguera, Minka (Mercado Cooperativo de la CNCT), Centro Político Sean Eternos, Sindicato de docentes de la UNLP (ADULP) , Unidad Básica Evita, Club de Gorina, Club Deportivo Villa Elisa, Comedor Carlos Cajade, Centro “La Bagual” y Espacio Comunitario de Arturo Seguí.

Por otro lado, también la Comercializadora permite acercar a las y los consumidores productos elaborados por agricultores familiares y cooperativas de otras regiones del país, cómo por ejemplo, yerba, legumbres, harinas entre otros. Generando y fortaleciendo redes socioeconómicas de alcance nacional y desde la perspectiva de la economía social.

Es importante mencionar que se brinda apoyo técnico a la producción, de esta manera se aceleró y fortaleció la reconversión agroecológica, al construir una de-

manda mayor, estable y previsible que sus formatos antecesores (ferias directas) al brindar mayor cobertura espacial y temporal de canales de compra. El excedente se reinvierte en garantizar el acompañamiento y fortalecimiento técnico productivo, y en generar innovaciones (los huevos por ejemplo pasaron a ofrecerse en hueveras de cartón que se envasan en origen; se organizan circuitos de recuperación de envases, se comunica sobre el sector productivo vía redes sociales, se propician asambleas para discusión de precios y gestión de mejoras donde participen todas las partes, se generan talleres de capacitación, se fortalece la organización de consumidores, etc.)

APORTES DESDE EL TRABAJO SOCIAL

“La EP no es estática ni atrasada, sino que tiene un gran potencial dinámico, cuantitativo y cualitativo, porque, a todos los efectos prácticos, la mejora posible en las condiciones de vida es ilimitada, no tiene como techo subjetivo la mera sobrevivencia, lo que explica su dinamismo y creatividad...” (Coraggio)

Cuando Coraggio expone esta concepción de la Economía Popular nos invita a (re)pensar que desafíos, aportes y caminos tiene el Trabajo Social en la EP, ese dinamismo es lo que nos lleva a construir otros caminos de intervención con los y las productoras. Es decir, desde el Trabajo Social es clave construir un conjunto de herramientas (políticas públicas, programas, proyectos, etc.) que aporten al proceso productivo, a las condiciones de trabajo, de vivienda, de acceso a la salud, etc. Construir intervenciones en clave interdisciplinaria e incorporando a los y las productoras debe ser uno de los caminos a fortalecer.

A su vez acompañar el proceso de construcción de espacios colectivos, como la articulación entre productores, el reconocimiento de sus demandas, etc. Esto no quiere decir que el aporte que el Trabajo Social hace a la Economía Popular concluye en las cuestiones meramente resolutorias, sino que debemos construir lazos con esos productores, generar espacios de coconstrucción de conocimiento, y aportar herramientas y reflexiones dentro de los espacios de construcción.

Entender que la Economía Popular, es un entramado social complejo, donde se ponen en juego múltiples aspectos, las historias de los y las productoras, los vínculos entre ellos y los espacios colectivos que transitan y construyen ellos mismos, nos permitirá visualizar y comprender para luego generar estrategias que ese momento requiera.

El actual contexto de pandemia nos lleva a construir nuevas formas de contener a los y las productoras, a generar nuevas formas de distribuir productos y de mantener los valores que tiene la EP y allí el Trabajo Social tiene un lugar central, a la hora de construir y llevar adelante estas nuevas estrategias.

Existen múltiples desafíos para el Trabajo Social y la Economía Popular, uno de ellos es poder pensar la intervención enmarcada en un momento histórico particular y a su vez reconocer y comprender las historias que traen consigo las y los productores y a partir de allí seguir apostando a fortalecer la Economía Popular desde un aspecto epistemológico y práctico.

LOS DESAFÍOS...

“La Justa” continua la línea histórica de anteriores propuestas de extensión, de promover dispositivos que generen diálogo de saberes entre las y los actores universitarios y la comunidad. En este sentido, dado el contexto de Pandemia, permitió desarrollar y masificar una propuesta de producción/comercialización de alimentos sanos promovida, fortalecida y acompañada por la Universidad.

La complejidad de los distintos procesos: producción primaria, agroecología, embalado y presentación, transformación, acopio, traslado, venta, calidad, diversidad de productos, comunicación, relación con los nodos, atención de nodos, etc. Han constituido un gran esfuerzo y dedicación por parte del Equipo de la Universidad, y que a la vez permite apalancar distintas transformaciones que se observan en los distintos grupos de productores en relación al volumen de producción, la calidad de los productos y la organización comunitaria.

Existe muy poco desarrollo en la región de formas asociativas de comercialización, que puedan fortalecer las familias y cooperativas de producción de alimentos y otros productos, elaborados desde la economía popular, social y solidaria. La Comercializadora, apunta a seguir creciendo, aumentando las redes socioeconómicas, las alianzas, los circuitos que vayan en línea con construir tramas de valor que permitan la reproducción ampliada de la vida de todos y todas en la región.

En el ámbito universitario y siguiendo a Tommasino (2008), las prácticas integrales implican un tipo particular de articulación entre los procesos de aprendizaje y enseñanza, investigación y extensión. *“Si los procesos de enseñanza y aprendizaje se dan fuera del aula, se generan y operan en terreno, junto a la gente, partiendo de los problemas que la gente tiene, intentando junto con ella encontrar alternativas, esta situación reconfigura el acto educativo y fundamentalmente redimensiona el poder que circula en los diferentes actores del proceso”*. A la vez que sostiene que *“Un proceso de aprendizaje articulado a la extensión es sin dudas un proceso que parte de motivaciones totalmente diferentes que las que genera el aula.”*. Por lo tanto, este proceso interdisciplinario, de abordaje territorial en la Pandemia, tiene aún el enorme desafío de generar prácticas integrales, en las distintas carreras y en los distintos cursos, que entrelacen lo que acontece en el territorio, con los procesos de enseñanza-aprendizaje y los proyectos de investigación- acción.

Por último, el Trabajo Social, tiene la posibilidad de insertarse en estos procesos socioeconómicos, aportando desde el diálogo de saberes, la construcción participativa de las políticas públicas y el fortalecimiento de los procesos organizacionales en el territorio.

BIBLIOGRAFÍA

- Coraggio, José Luis. (2018). “Potenciar la Economía Popular Solidaria: una respuesta al neoliberalismo”.
- Kraychete, Gabriel. (2014) “El problema de la sostenibilidad y la escala de los

empresamientos mercantiles asociativos”, en Instituto de Economía Popular y Solidaria. La economía Popular y Solidaria. El Ser Humano Sobre el Capital. Quito

- Laville, Jacques. (2012). La economía social y solidaria frente a las políticas públicas. En Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas. Coordinador: Carlos Puig. UPV/EHU. Edificio Zubiria Etxea. Bilbao

- Montagut, Xavier. (2007). Supermercados, no gracias. Grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas. Editores: Icaria Editorial. España

- Tommasino, Humberto. (2008). Programas Integrales: un camino hacia la construcción de la Segunda Reforma Universitaria. En Programa Integral Metropolitano, De formaciones in-diScipLinAdas. UDELAR, Montevideo.