

DESAFÍOS DE LOS CIRCUITOS DE COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS PROVISTOS POR EL SECTOR DE LA ECONOMÍA SOCIAL, SOLIDARIA Y POPULAR, AGRICULTURA FAMILIAR Y LA AGROECOLOGÍA

Henry Chiroque Solano¹

Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y de Hurlingham (UNH)
Buenos Aires, Argentina



Enviado em 19 nov. 2024 | Aceito em 27 maio 2025

Resumen: La pandemia del COVID 19 se constituyó en uno de los desafíos más importantes para los circuitos cortos de comercialización de alimentos provistos por productores de la agricultura familiar, agroecológica, cooperativas, emprendimientos asociativos, pymes, entre otros y comercializadoras asociativas y cooperativas. Estas lograron aumentar su volumen de ventas hasta en un 80%, siendo considerados trabajadores esenciales, expandiendo su demanda, territorios y escenarios de disputa. Sin embargo, la reapertura y de un nuevo escenario post pandemia trae desafíos al sector de la agricultura familiar, agroecológica, de la economía social, solidaria y popular (ESSP), principalmente en tensión y disputa de mercados con formas de consumo individualistas y limitando a los alimentos a considerarse sólo mercancías.

En el sector de la ESSP se han desarrollado experiencias territoriales que conforman redes de intercambio en donde se acerca a productores y consumidores, muchas de ellas promovidas desde proyectos de extensión de las universidades. Dentro de los diferentes dispositivos implementados encontramos las compras comunitarias (coordinadas y asociadas), mercados de proximidad (ferias territoriales), redes de comercialización y consumo (nodos organizados), espacios asociativos de comercialización mayorista, entre otros.

Para abordar estas experiencias partimos del enfoque de los circuitos socioeconómicos alimentarios (Pastore, 2020). Estos circuitos son entendidos como aquellos en que las relaciones y flujos económicos de producción- distribución- circulación- consumo- reutilización buscan beneficiar simultáneamente tanto a pequeños productores como a consumidores. En otras palabras, son aquellos en los que se busca mejorar tanto las condiciones de ingreso, producción y trabajo de los productores locales, como las condiciones de vida de la población asociada a los mismos en distintos contextos territoriales y sectoriales. Este enfoque plantea tres tipos de circuitos: cortos con mercados de cercanía, compra pública, y el mayorista.

Palabras claves: circuitos socioeconómicos; productores y comercializadoras, agricultura familiar, cooperativa, agroecológica.

CHALLENGES OF FOOD MARKETING CIRCUITS PROVIDED BY THE SOCIAL, SOLIDARITY AND POPULAR ECONOMY SECTOR, FAMILY FARMING AND AGROECOLOGY

Abstract: The COVID-19 pandemic has become one of the most significant challenges for short-term food marketing chains supplied by family and agroecological farmers, cooperatives, associative ventures, SMEs, among others, and associative and cooperative marketing companies. These companies managed to increase their sales volume by up to 80%, being considered essential workers, expanding their demand, territories, and disputed areas. However, the reopening and a new post-pandemic scenario brings challenges to the family and agroecological farming sector, and the social, solidarity, and popular economy (SSSE), primarily in terms of market tension and disputes with individualistic forms of consumption and limiting food to being considered solely as commodities.

In the SSSE sector, territorial experiences have been developed that create exchange networks that bring producers and consumers closer together, many of them promoted by university extension projects. Among the various implemented mechanisms are community purchasing (coordinated and associated), local markets (regional fairs), marketing and consumption networks (organized nodes), and associative wholesale marketing spaces, among others.

To address these experiences, we use the approach of socioeconomic food circuits (Pastore, 2020). These circuits are understood as those in which the economic relations and flows of production-distribution-circulation-consumption-reuse seek to simultaneously benefit both small producers and consumers. In other words, they seek to improve the income, production, and working conditions of local producers, as well as the living conditions of the population associated with them in different territorial and sectoral contexts. This approach proposes three types of circuits: short circuits with local markets, public procurement, and wholesale.

Keywords: socioeconomic circuits; producers and marketers; family farming; cooperative; agroecology

1. Egresado de la Maestría de Economía Social de la Universidad Nacional de General Sarmiento (Argentina), Docente de la Universidad Nacional de Quilmes y de Hurlingham. Orcid: <https://orcid.org/0009-0009-4243-5153>. E-mail: henrychiroquesolano@gmail.com.

DESAFIOS DOS CIRCUITOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS FORNECIDOS PELO SETOR DE ECONOMIA SOCIAL, SOLIDÁRIA E POPULAR, AGRICULTURA FAMILIAR E AGROECOLOGIA

Resumen: A pandemia da COVID-19 tornou-se um dos desafios mais significativos para as cadeias de comercialização de alimentos de curto prazo, abastecidas por agricultores familiares e agroecológicos, cooperativas, empreendimentos associativos, PMEs, entre outros, e empresas de comercialização associativa e cooperativa. Essas empresas conseguiram aumentar seu volume de vendas em até 80%, sendo consideradas trabalhadores essenciais, ampliando sua demanda, territórios e áreas em disputa. No entanto, a reabertura e um novo cenário pós-pandemia trazem desafios para o setor da agricultura familiar e agroecológica e para a economia social, solidária e popular (ESSP), principalmente em termos de tensões e disputas de mercado com formas individualistas de consumo e a limitação dos alimentos à consideração apenas como mercadorias.

No setor da ESSP, têm sido desenvolvidas experiências territoriais que criam redes de trocas que aproximam produtores e consumidores, muitas delas promovidas por projetos de extensão universitária. Entre os diversos mecanismos implementados estão as compras comunitárias (coordenadas e associadas), os mercados locais (feiras regionais), as redes de comercialização e consumo (nós organizados) e os espaços de comercialização atacadista associativa, entre outros.

Para abordar essas experiências, utilizamos a abordagem dos circuitos alimentares socioeconômicos (Pastore, 2020). Esses circuitos são entendidos como aqueles em que as relações econômicas e os fluxos de produção-distribuição-circulação-consumo-reuso buscam beneficiar simultaneamente pequenos produtores e consumidores. Em outras palavras, buscam melhorar a renda, a produção e as condições de trabalho dos produtores locais, bem como as condições de vida da população a eles associada em diferentes contextos territoriais e setoriais. Essa abordagem propõe três tipos de circuitos: circuitos curtos com mercados locais, compras públicas e atacado.

Palavras-chave: circuitos socioeconômicos; produtores e comerciantes; agricultura familiar; cooperativa; agroecologia.



Introducción

Uno de los más grandes problemas que tenemos en el mundo y en la Argentina es la mercantilización del alimento, desplazando su condición de derecho humano, promoviendo grandes desigualdades con estas definiciones y librando al mercado capitalista la tiranía de quien accede a alimentos seguros y de calidad.

En Argentina la población urbana supera el 92% y se concentra fundamentalmente en 3 grandes centros urbanos, de los cuales el del Área Metropolitana de Buenos Aires reúne a casi el 40% de la población del país. Estos niveles de concentración y de crecimiento de la población urbana tienen diversas implicancias de índole territorial, con consecuencias sociales, económicas, ambientales, sanitarias y también alimentarias.

Los periurbanos de estas ciudades, y en particular el de Buenos Aires, aún siguen siendo el origen de la mayor parte de los alimentos frescos consumidos a diario. Sin embargo, son territorios sumamente vulnerables, con insuficientes mecanismos de planificación y ordenamiento territorial. Sujetos a la lógica de maximizar rentabilidades individuales en el mercado del suelo se terminan priorizando usos que van desde la construcción de parques industriales y de barrios privados hasta las tomas de tierra para asentamientos informales, que vienen a dar respuestas urgentes a las necesidades habitacionales de los sectores más vulnerables de la población. En ese contexto la producción de alimentos frescos en el periurbano se ve cada vez más desplazada, ya que bajo dicha lógica, la competencia por generación de rentas individuales termina favoreciendo otras actividades (Barsky, 2005; Zuberman y Ruggerio, 2012).

Esto lo comprobamos en el abastecimiento de alimentos a partir de la creciente integración, concentración y transnacionalización del sistema agroalimentario (Ablin, 2012; Taller Ecologista, 2015; Consejo Económico Social, 2023) que abarca distintas fases o etapas que van desde la producción primaria, la elaboración industrial, la comercialización intermedia (mayorista) y final (minorista), hasta pautas de consumo y formas de acceso alimentario. Por citar ejemplos: 3 empresas concentran el 85% de la harina para pan; 4 empresas el 85% del aceite; 4 empresas el 90% del azúcar;

3 empresas concentran el 75% de la concentración de la comercialización de alimentos en Supermercados (Coto, Cencosud, Carrefour), (Cáceres y otros, 2022).

Debemos indicar que abordar la cuestión alimentaria nos interpela para visibilizar la insuficiencia de acceso a los alimentos y malnutrición para una parte importante de la población (FAO, 2019). Esto lo podemos reconocer en Argentina, donde la producción de alimentos supera la demanda interna y genera excedentes exportables (Consejo Económico Social, 2023), aunque de acuerdo a datos de la Encuesta Permanente de Hogares del INDEC, el 19% de los hogares padecen inseguridad alimentaria total, y el 51,5% de las niñas y niños son pobres por ingresos. Es decir, es decir, residen en hogares cuyos ingresos no alcanzan para cubrir la canasta básica de alimentos y servicios.

Sumado a ello, dentro del contexto inflacionario, los incrementos del precio de los alimentos en los últimos años superan al Índice de Precio al Consumidor, IPC (según datos del INDEC, teniendo en septiembre de 2023 la variación de la canasta básica alimentaria fue del 160,7% en términos interanuales, y acumula en el año incrementos de 120%).

Esta desigualdad y desequilibrio de poder en la gobernanza de la cadena agroalimentaria genera efectos nocivos para los pequeños y medianos agricultores, cooperativas, federaciones, emprendimientos asociativos y familiares, Pequeñas y Medianas Empresas (PyME). Si sumamos a este problema a los consumidores con significativo nivel de desconocimiento, baja valorización e invisibilización de los productos cooperativos, artesanales y agroecológicos, tendremos limitaciones para desarrollar mercados alternativos a lo hegemónico y concentrado.

El impacto de la posición dominante del comprador en la estructura de las cadenas de suministro ha dificultado la sustentabilidad de miles de cooperativas, agricultores, empresas recuperadas, emprendimientos asociativos, PyMEs del sector alimenticio, perjudicadas no sólo por precios bajos, sino también por el alargamiento de la cadena de pagos (agravado por la inflación y las altas tasas de interés).

Asimismo, la presión que se ejerce sobre el precio en origen lleva a las medianas y grandes empresas productoras a reducir costos, impactando negativamente en el cuidado ambiental, aumentando la precarización del trabajo, y disminuyendo la calidad de los productos finales. Por otro lado, encontramos que los productos alimenticios recorren largas distancias logísticas generando un alto impacto ambiental, aunque también conllevando la desarticulación de los vínculos sociales, ya que los consumidores desconocen la procedencia de los productos y el productor, por su parte, no identifica el destino de su producción.

Si abordamos las respuestas del sector de la economía social, solidaria y popular (ESSP) durante el período de aislamiento social preventivo y obligatorio del Covid-19 (marzo a junio de 2020), más del 90% de las comercializadoras de alimentos aumentaron sus ventas, según una encuesta realizada por la Subsecretaría de Economía Popular del Ministerio de Desarrollo de la Comunidad de la Provincia de Buenos Aires. Este relevamiento se desarrolló sobre 27 experiencias de comercialización que abarcan 44 municipios de la provincia; el 64% tuvo un alza interanual de más del 40% en sus ventas.

En ese universo, existen estrategias asociativas y autogestivas de distinto tipo que en buena medida permiten apuntalar tal entramado. Algunas de ellas han desarrollado experiencias territoriales que han conformado circuitos socioeconómicos, redes y mecanismos de intercambio solidarios en donde se acerca a productores y consumidores (Arnaiz et al 2017; Chiroque et al, 2022). En buena medida, estas iniciativas contribuyen a sostener este tipo de producciones y a sostener los

periurbanos productivos, como escudos verdes, proveedores de alimentos y de servicios ambientales.

En el primer punto del trabajo, abordamos este contexto sobre la realidad de la alimentación y sus implicancias en el circuito socioeconómico alimentario. En el segundo punto del documento compartimos los diferentes enfoques y abordajes desde los planteamientos universitarios de la economía social, solidaria y popular desde la extensión, investigación y formación en relación a la comercialización en los sistemas alimentarios. En el tercer apartado compartimos las diferentes condiciones y necesidades que tienen los circuitos socioeconómicos alimentarios para su implementación en los territorios. En el cuarto punto socializamos experiencias de comercialización desde la perspectiva de los circuitos socioeconómicos alimentarios como son el Almacén Autogestivo y Central Cooperativa. Finalmente, en el quinto punto compartimos conclusiones preliminares frente a los desafíos de los circuitos de comercialización de alimentos provistos por el sector de la economía social, solidaria y popular, agricultura familiar y la agroecología.

Enfoques y abordajes

La construcción de otras formas de producción, consumo, distribución y comercialización de alimentos sanos, justos, soberanos y accesibles, nos interpela a generar diferentes procesos de asociación, articulación, entramado y alianza. Esto lo indicamos dentro de un campo bastante fragmentado, diverso y desarticulado, pero a partir de 2010 ha logrado pasar de una agenda centralmente productiva de alimentos a pequeña escala (principalmente desde la agricultura familiar, cooperativas, empresas recuperadas, emprendimientos asociativos, entramados comunitarios, entre otros) a diferentes estrategias de comercialización que procuran abordar otras demandas y necesidades de los mercados territoriales, de los trabajadores, de las instituciones, entre otros, frente a la concentración de los mercados desde los monopolios de las empresas privadas de alimentos.

Desde este contexto y demandas se plantean acciones concretas donde la universidad pública viene atendiendo desde sus funciones sustantivas de formación (generando trayectos educativos que acompañen y fortalezcan este campo), desde la extensión (acompañando en la construcción y fortalecimiento de estas experiencias desde diferentes dispositivos) y desde la investigación (construyendo y organizando metodologías de investigación acción participativa) en los diferentes territorios del Gran Buenos Aires. Con precisión a la atención y acompañamiento de estas experiencias de comercialización se viene desarrollando desde la trayectoria universitaria del proyecto Construyendo Redes Emprendedoras en Economía Social y Solidaria (CREES) que es abordado y facilitado desde la Incubadora Universitaria de Economía, Mercado y Finanzas Solidarias (IUEMF) del Programa Universitario de Incubación Social (PUIS) de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ).

La incubadora inició sus actividades en 2014, con el objetivo contribuir al desarrollo de circuitos económicos solidarios, a través de la construcción o fortalecimiento de redes de productores/as (cooperativas, empresas recuperadas, emprendimientos, productores/as de la agricultura familiar, entre otros), comercializadoras y consumidores/as de la ESS. Desarrolla su accionar de vinculación universitaria desde un paradigma de co-construcción de conocimientos, orientada a la valorización económica e innovación socio-técnica en el campo de la ESS, impulsando el desarrollo o generación de circuitos socioeconómicos alimentarios, fomentando mecanismos de interacción, asociativismo y co-gestión, impulsando la articulación en redes asociativas y entramados socioeconómicos de actores y sujetos vinculados a la ESS.

Elementos del contexto para la implementación de propuestas

Uno de los más grandes problemas que tienen las y los productores de alimentos de la agricultura familiar, de la agroecología, del cooperativismo, de pequeños productores, de pymes, de emprendedores asociativos, de la economía popular es la construcción de circuitos de comercialización accesibles y pertinentes.

Los mercados concentrados, el supermercadismo, las estrategias desiguales de competencia, la desfragmentación de las y los productores, entre otras, complejiza la relación directa con las y los consumidores. Para ello desde diferentes acciones y políticas públicas se han construido canales de comercialización, desde ferias de la agricultura familiar, ferias francas, nodos de comercialización y consumo, almacenes y tiendas, espacios mayoristas, redes de intercambio, cooperativas de comercialización y consumo, tiendas virtuales, compras asociativas, mercados de cercanía, redes de comercialización comunitaria, federaciones de cooperativas, mutuales (Dumrauf, Moricz, Viteri et al, 2019; Chiroque y Niño, 2019; Mosse y otros, 2023).

Esta construcción de los canales de comercialización ha sido un proceso que se empezó a fortalecer a finales de la primera década de este siglo, contando con una diversificación de políticas públicas en los tres niveles del estado (Nación, Provincias y Municipales) tanto desde la agricultura familiar, agroecología, del cooperativismo y mutualismo, desde la economía social, solidaria y popular con instituciones públicas del ámbito científico y productivo, como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), entre otros. Sumado a ello se cuenta con el acompañamiento y asistencia técnica desde los proyectos de extensión, transferencia e investigación aplicada de las universidades públicas nacionales (Cittadini, Caballero, Moricz, y Mainella, 2010; Arnaiz, Errecalde, Recalde, 2017; Chiroque y Niño, 2019; Chiroque y otros, 2022).

Por otro lado encontramos el trabajo territorial de los movimientos sociales como la construcción de la Unión de Trabajadores de la Tierra (UTT), UTEP-Rama Agraria, Rama rural del Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), Federación Rural, Movimiento Nacional Campesino Indígena (Vía Campesina), Frente Agrario Evita, Federación Nacional Campesina, Federación Rural para el Arraigo y la Producción, 25 de Mayo-Tierra Mía, Movimiento Plurinacional Madre Tierra, Federación Argentina de Pesca, Federaciones y cooperativas agropecuarias, constituidos a partir de las necesidades de sectores postergados de la ruralidad argentina como son arrendatarios/as, chacareros/as, pequeños y pequeñas productores agrícolas y ganaderos, campesinos/as, trabajadores/as sin tierra, cooperativistas; familias agricultoras, pueblos originarios, pescadores artesanales, entre otros, y que participan en todo el proceso del circuito socioeconómico alimentario desde la producción, acopio, distribución, comercialización y consumo, construyendo una agenda desde la soberanía alimentaria de los pueblos.

Estos recorridos implementados han organizado un gran conjunto de aprendizajes, desde abordar conceptos y planteamientos de desarrollo socioeconómico, de construcción de mercados (trabajadores, territoriales, institucionales), de incubación de procesos y emprendimientos, hasta la construcción de tramas de valor.

Uno de los enfoques que utilizamos y que considera a la cuestión alimentaria desde una perspectiva estructural y sistémica es el de circuitos socioeconómicos alimentarios (Pastore, 2020), que busca dar cuenta de la proliferación de innovadoras experiencias territoriales de construcción de circuitos, donde las relaciones y flujos económicos que median entre la producción, la

comercialización y el consumo alimentario, están orientados básicamente por dos grandes objetivos. Por una parte, incrementar los niveles de venta, trabajo e ingresos de pequeños productores y cooperativas de alimentos. Por otra parte, contribuir a mejorar las condiciones de acceso a una alimentación saludable para la población asociada a los mismos en distintos contextos territoriales, en particular, para los sectores populares y las familias en situación de mayor vulnerabilidad social.

Estos circuitos socioeconómicos alimentarios 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 economía social, solidaria y popular (cooperativas, federaciones, pymes, agricultores familiares, emprendimientos asociativos, redes, etc.) bajo criterios de justicia y equidad. Abordan las condiciones materiales, simbólicas y políticas de todos los actores participantes de estos circuitos en distintos contextos territoriales y sectoriales.

Para la construcción y consolidación de las propuestas es fundamental reconocer la concepción de la incubación de procesos (Pastore, 2020). Esta perspectiva parte por construir articulaciones con los diferentes actores del circuito socioeconómico, generando procesos asociativos y solidarios de valorización económica (desde mejora en las condiciones en la producción de alimentos, en el traslado y acopio de alimentos, y en la comercialización a precios justos para cada integrante). Por otro lado, esta perspectiva promueve procesos de innovación socio-técnica, mediante dinámicas organizativas de autogestión, gobernanza democrática, responsabilidad compartida y cooperación social (desde la construcción de alianzas con los productores, con los distribuidores/comercializadores, consumidores organizados que permita generar procesos de sostenibilidad y ambientales).

A partir de diferentes experiencias de trabajo, se pueden identificar tres tipos de circuitos: a) los circuitos cortos con mercados de cercanía, que implican una vinculación más directa entre productores y consumidores, tales como: ferias francas, de la agricultura familiar, comercializadoras de intermediación solidaria con nodos territoriales de organización del consumo; etc.; b) los circuitos alimentarios vinculados a mercados institucionales, que conllevan políticas públicas de ampliación del acceso y distribución social de alimentos, tales como la tarjeta alimentar, el compre alimentario público, la demanda de alimentos que realizan los comedores escolares y los comedores comunitarios vinculados a programas públicos, otros programas sociales de distribución y acceso alimentario, etc.; y c) los circuitos socioeconómicos mayoristas, de mayor escala o logística regional e inter-regional, que contribuyen a reducir los costos de transacción y distribución, con flujos de mayor alcance territorial y escala operativa. Ello permite mejorar tanto los precios y calidad alimentaria para la población, como los ingresos y ventas para pequeñas/os productores de la agricultura familiar y cooperativa. Estos circuitos resultan clave para poder asumir desafíos de mayor escala, como, por ejemplo, las compras públicas. También en su proyección, para generar núcleos o centros regionales de distribución alimentaria, que permitan interconectar de manera directa ofertas y demandas interregionales de la agricultura familiar, las cooperativas de alimentos y las entidades u organizaciones vinculadas a la organización del consumo, la provisión o el acceso alimentario.

Algunas estrategias de comercialización y consumo de alimentos en el Gran Buenos Aires

En este apartado nos centramos en el análisis descriptivo de dos experiencias que permiten mostrar el potencial de la articulación de diferentes actores y entramados mencionados, tales como

organizaciones de base, universidades y políticas públicas para el desarrollo de propuestas territoriales, alternativas, asociativas y autogestivas.

Estas experiencias organizan, implementan y validan diferentes estrategias económicas y comerciales planteadas desde el campo de la economía social. Las experiencias de comercialización descritas de Almacén Autogestivo y de Central Cooperativa (ambas gestionadas por la Cooperativa de trabajo Despiertavoces en articulación con un entramado de organizaciones e instituciones) se encuentran ubicadas en la Región Metropolitana de Buenos Aires. Las mismas implementan circuitos cortos, mayoristas y de compra pública, trabajando directamente con productores y productoras del área periurbana del Gran Buenos Aires (con verduras, lácteos, apicultura, alimentos secos, entre otros) e integrando también a más de 15 provincias de la República Argentina para complementar la oferta alimentaria, promoviendo un circuito de cercanía, sin intermediarios.

Al abordar estas experiencias encontramos diferentes limitaciones desde la organización de procesos de acopio y distribución ya que es importante la construcción de canales de comercialización alternativos a los mercados concentrados mayoristas tradicionales, que permitan visibilizar a los y las productores de los periurbanos y de las diferentes provincias, así como brindar acompañamiento para la gestión económica comercial de sus productos. Por otro lado, permite visibilizar y articular una relación entre productores y consumidores de cercanía, ya que muestra los alimentos producidos en los periurbanos, legitimando su valor, construyendo otros consumos en base a la producción de estación y local. Estos circuitos de comercialización se suman a otros mecanismos de cercanía como son los nodos de consumo, las compras asociativas, entre otros donde se vinculan a productores y consumidores.

Almacén Autogestivo

El Almacén Autogestivo (AA) es un espacio de comercialización solidaria que surge en 2014 a partir del trabajo de equipos universitarios de la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas (IUEMF) del Programa Universitario de Incubación Social de la Secretaría de Extensión y del Departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), en articulación con la Cooperativa de trabajo Despiertavoces (quien gestiona y administra el dispositivo), 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 Asociativo -DPA), con la Federación Argentina de Cooperativas de Trabajadores Autogestionados (FACTA), y con la Cooperativa de trabajo La Ciudad.

En ese marco se crea el AA 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.

La universidad, dentro de sus funciones de extensión y formación, facilitó 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. En principio, el punto de venta del Almacén donde se exhiben y comercializan los productos, era un stand que se encontraba ubicado en una de las plazas, al aire libre, al interior del predio de la universidad. Posteriormente en noviembre de 2023 a partir de la línea programática Despensa, del Programa Entramados Productivos Regionales del Ministerio de Obras Públicas de Nación, se accedió al desarrollo e inversión de una de las 60 Despensas de intermediación solidaria (infraestructura modular de 36 m² de superficie con aire acondicionado, alarma y mobiliario interior, muebles de

exhibición de productos frescos y secos, y espacio de acopio). A partir del acceso a este espacio se dio el relanzamiento del AA, a lo cual se sumó estratégicamente el acompañamiento de la política pública de Mercados Bonaerenses del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, permitiendo acceder al programa de Cuenta DNI del Banco Provincia (billettera digital que ofrece a los compradores un reembolso de hasta 40% por la compra de alimentos por semana). Esto permitió mejorar la comercialización y a la vez habilitar las ventas por transferencias bancarias llegando a representar más del 90% de los ejercicios.

Desde el inicio se privilegió 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, de la agricultura familiar y agroecológica, en base a criterios de precio justo, calidad y consumo responsable, así como también de intercambio de saberes. (Chiroque et al, 2015). En efecto, una de sus estrategias fundamentales fue la articulación con los sindicatos y agrupamientos universitarios, para brindar promociones para el consumo organizado y colectivo de los productos del AA a través de un Acuerdo Cooperativo Sindical Universitario (ACSU). Actualmente, AA cuenta con más de 5000 consumidores/as donde un 45% son estudiantes universitarios, 30% son trabajadores/as de la UNQ (13% docentes 12% y personal administrativo y de servicios), 15% vecinos/as del territorio de incidencia de la universidad (Bernal Este y Oeste) y 6% a visitantes eventuales. Es importante destacar la innovación institucional de la propuesta, siendo pionera en el desarrollo de esta experiencia en la universidad pública argentina, avanzando en relaciones institucionales construidas en diálogo con el entramado organizativo territorial.

El AA cuenta con una variedad de más de 200 productos alimenticios, producidos por más de 40 cooperativas, empresas recuperadas, emprendimientos asociativos de diferentes provincias del país (10 de ellas ubicadas en el Gran Buenos Aires como son Asociación de Productores 1610 (Florencio Varela), Progreso (La Plata), Nueva Esperanza (La Plata), Cooperativa de trabajo Oro del Inca, Granolate, Miel para todos, APHE, entre otros) y que forman parte de la canasta básica de alimentos: verduras, hortalizas, frutas, aceite, azúcar, yerba, harinas y cereales, arroz, fideos, conservas, legumbres, grises y tostadas, dulces y miel, condimentos, semillas, verduras deshidratadas, infusiones, vinos, golosinas, panificados, quesos, entre otros.

No solo promueve la generación de espacios de comercialización en los territorios de incidencia de la UNQ, sino que además articula con distintos trayectos formativos universitarios en el campo de la Economía Social. Asimismo, para el desarrollo y fortalecimiento comunicacional trabaja junto a la Incubadora de Diseño y Comunicación de la UNQ y para el desarrollo y comercialización de alimentos viene trabajando con la Plataforma Chasqui con la asistencia, asesoría y articulación de la Incubadora de Transformación Digital, también de la UNQ.

Por otro lado, articula con redes de mayor alcance para la provisión de productos tales como Central Cooperativa (espacio de distribución mayorista que detallaremos a continuación), con la Federación de Cooperativas Alta Red y con más de 20 unidades productoras de la ESSP, locales y regionales. Es también un Nodo de Consumo de la Red de Mercado Territorial de la Agricultura Familiar, distribuyendo cada 15 días bolsones de verduras agroecológicas provistas por productores del cordón hortícola del Gran Buenos Aires.

Central Cooperativa

Central Cooperativa (CC) es un centro regional de acopio, distribución y logística mayorista de alimentos cooperativos, de la ESSP y agricultura familiar y agroecológica. Es gestionada por la cooperativa de trabajo Despiertavoces en convenio con la UNQ y funciona en la Nave S1, Puestos 31, 32, 33 y 34 del Mercado Central de Buenos Aires (Figura 1). Desde allí se articulan acciones con redes de distribución alimentaria de la ESS y se impulsan circuitos alimentarios específicos. (Chiroque et al, 2022).

Al igual que el AA, su conformación fue impulsada en septiembre de 2016, desde la IUEMF de la UNQ, en coordinación multiactoral con la Federación de Cooperativas Apícolas de Argentina (FECOAPI) y las Cooperativas de trabajo “La Ciudad” y “Despiertavoces”. En función de las reuniones y coordinaciones desarrolladas se empieza a trabajar en procesos de acopio, distribución y comercialización mayorista de alimentos provistos por productores de la ESSP. Para ello se profundiza la articulación con productores locales y de otras regiones del país para organizar este circuito socioeconómico promoviendo el acceso a distintas iniciativas de logística, distribución y comercialización.

A partir de agosto de 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 gestionar la propuesta 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 ESSP (Almacoop, Consol, Colsol, MeCoPo, La Yumba, Los Pibes, Caracoles y Hormigas, Mercado Territorial Kolmena Oeste, entre otras).

CC apunta a mejorar las condiciones de comercialización de los productos cooperativos y de la ESSP, desarrollando estrategias y acciones de una mayor escala de distribución mayorista, así como ruteos logísticos, sistemas de acopio y desconcentración de productos de diferentes territorios. Ello se consolida en la construcción de un circuito socioeconómico de alimentos con un funcionamiento asociativo, que es provisto en articulación con redes y organizaciones de productores hortícolas y frutales de la agricultura familiar y campesina, y federaciones y cooperativas de alimentos.

CC cuenta con un equipo de trabajo conformado por técnicos/as universitarios en economía social y solidaria, docentes de la UNQ y profesionales que organizan la gestión integral del espacio, desde la coordinación con los productores de las diferentes provincias (en función a las temporadas, formas de producción y disposición de alimentos); el traslado y logística de los alimentos; la recepción, descarga y acopio en el Mercado Central (para alimentos secos y productos con necesidad de cámaras de frío); con mecanismos de pago y de financiamiento acordados con los productores; y la distribución y comercialización de alimentos. Trabaja, además, en articulación con las Incubadoras de Diseño y Comunicación y de Transformación Digital del PUIS de la UNQ, y ha contado con el apoyo y acompañamiento del Ministerio de Producción y Trabajo de Nación.

A partir de su funcionamiento asociativo y solidario le permite articular con más de 30 cooperativas, federaciones, emprendimientos asociativos, agricultores familiares productores de las provincias de Buenos Aires, Corrientes, Córdoba, Mendoza, Tucumán, Salta, Formosa, Río Negro, La Rioja, Santa Fe, Santiago del Estero, Entre Ríos y Misiones. Esto permite distribuir y comercializar de manera mayorista alimentos tales como: aceites, harinas, legumbres, conservas, frutas, verduras,

lácteos, fideos, arroz, entre otros para el abastecimiento popular de organizaciones e instituciones desde la compra pública (programas sociales y políticas públicas como es el caso de PAMI, Servicios de Alimentación Escolar de Ensenada, Programa UNQ Produce y Alimenta, SERCUPO, Curas de Opción por los Pobres, Cáritas Quilmes, Iglesia, Movimientos Sociales, Comercializadoras, Programa del Servicio Alimentario Escolar de la Provincia de Buenos Aires, entre otros).

Por otro lado, desde CC se vienen explorando diferentes estrategias con comercializadoras de la ESSP, tanto en la provisión de productos como en acuerdos comerciales que reconozcan y promuevan mecanismos de precios justos para las y los productores y consumidores, buscando mejorar procesos de intercambio y minimizar excedentes para potenciar la comercialización solidaria.

Conclusiones preliminares para abonar a la discusión y en función de lo expuesto, podemos resumir lo siguiente:

- Priorizar el abordaje de la soberanía alimentaria, en conjunto con los diferentes movimientos sociales de la agricultura familiar, agroecología, pymes, cooperativas, federaciones, universidades, entre otros.
- Promover espacios de articulación entre las diferentes experiencias de circuitos socioeconómicos alimentarios desde las bases territoriales y garantizando el acceso de alimentos a nuestras poblaciones.
- Construir mecanismos de financiamiento y asistencia técnica a las experiencias de producción y abastecimiento popular.
- Generar espacios de intercambio entre las diferentes experiencias en la producción, distribución, comercialización y consumos de alimentos desde la soberanía popular.
- Profundizar el abordaje del consumo crítico de alimentos desde las experiencias de abastecimiento popular.
- Las experiencias presentadas visibilizan el trabajo de las universidades en sus entornos territoriales abordando las funciones sustantivas como son la formación, investigación y extensión, permitiendo articular equipos universitarios (docentes, estudiantes, graduados) con las organizaciones e instituciones que vienen acompañando y asistiendo los diferentes procesos de producción, abastecimiento, comercialización y consumo desarrollados desde la economía social, solidaria, popular, frente a los modelos concentrados de alimentos.

Bibliografía

- ABLIN, A. (2012) *El supermercadismo argentino*. Informe de: Área de Industria Agroalimentaria - Dirección de Promoción de la Calidad de Productos Agrícolas y Forestales - Subsecretaría de Agregado de Valor y Nuevas Tecnologías.
- ARELOVICH, L. (2014) *Construyendo el mapa de la soberanía alimentaria en Rosario y su región*. Taller Ecologista, Rosario.
- ARNAIZ, C.; ERRECALDE, S.; 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. Perfiles Académicos de Posgrado, 1(3).
- BARSKY, A. (2005) *El periurbano productivo, un espacio en constante transformación. Introducción al estado del debate, con referencias al caso de Buenos Aires*. Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales, Vol. 9.
- BARRUTI, S. (2013) *Mal comidos*. Ciudad de Buenos Aires, Argentina: Grupo editorial Planeta S.A.I.C.
- CÁCERES y otros (2022) *Sano rico y barato: 6 puntos para construir una alternativa al modelo alimentario excluyente*. Ciudad de Buenos Aires, Argentina: Centro de Estudio Legales y Sociales con apoyo de Brot für die Welt (Pan para el Mundo).
- CHIROQUE SOLANO, H.; 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 2019. ISSN 1851-4715.
- CHIROQUE SOLANO, HENRY; GUERRIERE, MARÍA VIRGINIA; RECALDE, EMILIANO NAZARENO (2015) *El “Almacén Autogestivo” de la Universidad Nacional de Quilmes. Desafíos en la gestión universitaria en la construcción de mercados de la Economía Social y Solidaria*. Revista de Extensión Universitaria +E, Año 5, Nº 5, Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe.
- CHIROQUE, H.; NIÑO, L.; ARNAIZ, C.; GARO, M.; ORELLANA, M. (2022) *Experiencias de comercialización y distribución de alimentos desde la economía social, solidaria y popular desarrolladas por la Universidad Nacional de Quilmes*. En Unidad de Publicaciones, Serie Extensión y Práctica Profesional. Departamento de Economía y Administración. 1ª ed. - Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- CIANCAGLINI, S. (2021) *Agroecología, el futuro llegó*. Ciudad de Buenos Aires, Argentina: La Vaca Editora.
- CORAGGIO, J. (2010). *Principios, prácticas e instituciones de la economía social y solidaria*. En ACOSTA, A. y MARTÍNEZ, E. (eds.). *El trabajo antes que el capital*. Quito: AbyaYala.
- DUMRAUF, S. et al. (2023) *Mercados: diversidad de prácticas comerciales y de consumo*. Buenos Aires: INTA Ediciones.
- FAO, FIDA, OMS, PMA y UNICEF (2023) *El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2023. Urbanización, transformación de los sistemas agroalimentarios y dietas saludables a lo largo del continuo rural-urbano*. Roma: FAO. <https://doi.org/10.4060/cc3017es>
- FAO (2020) *El estado de los mercados de productos básicos agrícolas 2020. Los mercados agrícolas y el desarrollo sostenible: cadenas de valor mundiales, pequeños agricultores e innovaciones digitales*. Roma: FAO. <https://doi.org/10.4060/cb0665es>
- INDEC (2021) *Censo Nacional Agropecuario 2018: resultados definitivos*. 1ª ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC.
- MCMICHAEL, P. (2005) *Global development and the corporate food regime*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.
- MOSSE, L. et al. (2023) *Circuitos cortos comerciales de la agricultura familiar, campesina e indígena en Argentina y su contribución al desarrollo territorial*. 1ª ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Huvaití Ediciones.

- 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.
- STEDILE, J. (2020) *Experiencias de Reforma Agraria en el mundo*. Buenos Aires: Batalla de Ideas.
- VICENTE y otros (2020) *Atlas del agronegocio transgénico en el cono sur*. Buenos Aires, Argentina: Acción por la Biodiversidad con el apoyo de Miseror.
- ZUBERMAN, F.; RUGGERIO, C. (2012) *Economía y Ecología*. En: DI PACE, M.; CARIDE BARTONS, H. (dir.) (2012) *Ecología Urbana*. UNGS. Buenos Aires.