

Serie
ESTUDIOS SOBRE
**Economía
Popular**
y **Solidaria**

Economía Solidaria: experiencias y Conceptos

Daniel Torresano
Edward Herman
Carlos Trávez
Álvaro Durán
Alejandro Pena
Montserrat Miño
Ana Mercedes Sarria
César Marcillo
Carlos Alonso Naranjo
Pablo Guerra
Rubén Emilio Zeida
Fernando Zerboni
Tom Hanlon-Wilde
Miguel Fajardo
Oscar Bastidas





Serie Estudios sobre la economía popular y solidaria
Contextos de la “Experiencias y Conceptos”

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria
Av. Amazonas 4430 y Villalengua,
Edificio Banco Amazonas. 2do. piso
TEI.:(593 2) 3948840 ext. 600403
Quito - Ecuador
<http://www.seps.gob.ec>

Compilación y dirección editorial:

Francisco Rhon

Consejo Editorial:

Hugo Jácome, Francisco Rhon, Julio Oleas y Carlos Trávez

ISBN: 978-9942-07-695-3

Diseño de portada e interiores: SEPS.

Intendencia de Comunicación e Imagen Corporativa

Impresión: Mangraf

Primera edición: octubre 2015

Quito, Ecuador

Las opiniones expresadas en esta publicación son de exclusiva responsabilidad de los autores, y no reflejan el punto de vista u opinión oficial de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria del Ecuador.

Índice

Presentación	07
Prólogo	09

I Supervisión y Riesgos

1.1 Matrices de transición y análisis de cosechas de operaciones. Una aproximación al análisis macroprudencial de riesgo crediticio del Sector Financiero Popular y Solidario ecuatoriano.....	17
<i>Edward Herman, Daniel Torresano y Carlos Trávez</i>	
1.2 Supervisión de las cooperativas de ahorro y crédito en épocas de crisis: El caso de Costa Rica.....	41
<i>Álvaro Durán</i>	
1.3 El crédito al consumo en el Uruguay: El rol que juegan las administradoras de crédito	63
<i>Alejandro Pena</i>	

II Avances y desafíos

2.1 Producción, distribución y consumo en la Economía Social y Solidaria. Pasos dados y desafíos en Argentina.....	87
<i>Montserrat Miño</i>	
2.2 Prácticas cooperativistas en Brasil: la Red de Incubadoras Tecnológicas de Cooperativas Populares y la economía solidaria en un contexto de crisis.....	119
<i>Ana Mercedes Sarria</i>	
2.3 Las Cooperativas no financieras de América Latina y el Mundo frente a las crisis y adversidades de variada índole	145
<i>César Marcillo</i>	
2.4 Incidencia del Código Monetario y Financiero en las COACS.....	161
<i>Carlos Naranjo</i>	

III Experiencias

3.1 Economía Solidaria en Uruguay: composición del sector y políticas públicas	193
<i>Pablo Guerra</i>	
3.2 La empresa cooperativa: principal motor de la economía asociativa y solidaria	209
<i>Rubén Emilio Zeida</i>	
3.3 Cooperativas de Vivienda por ayuda mutua y propiedad colectiva	
El modelo uruguayo	221
<i>Fernando Zerboni</i>	
3.4 Complejidades del Comercio Justo:	
El caso de la Cooperativa La Siembra	247
<i>Tom Hanlon-Wilde</i>	
3.5 Territorio solidario: provincias del sur de Santander	265
<i>Miguel Fajardo</i>	
3.6 Una experiencia cooperativa en alimentos.	
Las ferias de consumo de Lara	289
<i>Oscar Bastidas</i>	

Avances y desafíos

Producción, distribución y consumo en la Economía Social y Solidaria. Pasos dados y desafíos en Argentina

Montserrat Miño*

Introducción

En este trabajo se abordará un análisis de las experiencias de la Economía Social y Solidaria (ESS) en la Argentina tomando como punto de partida los inicios del Siglo XXI. En esos años, tras una década de aplicación de políticas neoliberales¹, el país atravesó una importante crisis social, política y económica como resultado de esas medidas. En ese marco se produjo un impulso, una resignificación y una ampliación de las prácticas y las experiencias de la ESS, incorporando nuevos actores sociales a la escena, como por ejemplo las Empresas Recuperadas por sus Trabajadores (ERT). Será objetivo de este artículo, el análisis de sus condiciones de posibilidad y su integración al universo de la ESS.

Luego de hacer un recorrido por los puntos mencionados, se propone una revisión de distintos momentos de la cadena de valor en la ESS en la Argentina, siendo éstos: el trabajo, la comercialización y el consumo. Esta definición posee como referencia tres ejes de la economía. En función de dichos eslabones de la cadena se presentará un estado de la situación, a fines de reflexionar en torno a los avances alcanzados en cada uno.

Finalmente, se abordarán los desafíos de los ejes abordados. Para el análisis se tomará la experiencia de una cooperativa de trabajo que desempeña tareas de articulación entre los tres momentos de la cadena de valor enunciados. La reflexión a partir de un caso empírico perseguirá el fin de visibilizar construcciones

¹ Sobre este punto es menester aclarar que las primeras medidas de cuño neoliberal implementadas en la Argentina, tienen lugar a partir de la Dictadura cívico-militar (1976-1983), la cual destruye las bases de organización social a través del genocidio de Estado. Sin embargo, será en la década del noventa, el momento en el cual dichas políticas son implementadas más fuertemente, modificando la estructura económica, productiva y financiera del país.



desarrolladas desde la ESS, como así también la capitalización y sistematización de experiencias actuales.

1. Ampliación y resignificación de la economía social y solidaria

1.1 De la hegemonía neoliberal a un cambio de ciclo

En América Latina, el neoliberalismo vino de la mano de golpes de Estado y poderes dictatoriales cívico-militares en la década del setenta. Luego, bajo regímenes democráticos se inicia una segunda oleada relacionada con la deuda externa y la crisis iniciada en 1982 con el default de México², dando lugar al comienzo de la llamada “década perdida”. Un tercer momento, podemos ubicarlo a lo largo de la década del noventa, sellando su acto inaugural con el Consenso de Washington en 1989.

Este modelo económico, político y cultural aplicó medidas de ajuste, de flexibilización laboral, de apertura de mercados, de desindustrialización y reprimarización de la economía. Estas políticas junto a otras como el endeudamiento externo, las privatizaciones de los bienes y servicios estatales, la fuga de capitales al exterior; expusieron su inescrutable agotamiento generando prácticamente el detenimiento del proceso de formación de capital por la disminución de las inversiones. Dichos elementos se pronunciaron en la profunda crisis que estalló en diciembre de 2001, de la cual la manifestación más notable fue un colapso –default- sin precedentes. En términos de Eduardo Basualdo, en esos años se reveló una crisis del sistema político, ya que lo que se quebró por detrás, fueron las formas de hegemonía impuestas por la oligarquía. El “transformismo argentino” en términos del autor, expresado durante la vigencia del patrón de acumulación de capital sustentado en la valorización financiera (Basualdo, 2011).

Al neoliberalismo lo podemos pensar como un modelo diseñado y dirigido por minorías, cuyos impactos repercutieron de manera negativa tanto en los sectores populares como en los sectores medios, conduciendo a la concentración económica, la exclusión de derechos y ampliando la brecha social entre estratos. Una vez

² En agosto de 1982, México declaró que no podía cumplir con las fechas de pago. A raíz de este incumplimiento, los bancos redujeron o detuvieron la entrega de nuevos préstamos a América Latina, como gran parte eran a corto plazo, la crisis sobrevino cuando fue rechazada su refinanciación.



implementado, el beneficio es redituable para los sectores de poder local en alianza con los internacionales. Cada medida implementada arrasó con nuevas porciones de la ciudadanía, llevándose consigo las fuentes de trabajo, la industria y la esperanza de los pueblos. Este sistema fue exitosamente aplicado, beneficiando al sector financiero concentrado y solidificando un sistema excluyente en todas sus facetas. Del otro lado del carril, los “caídos del sistema” se subsumieron en la pobreza, la desocupación y la exclusión. El desprestigio de la política, junto al protagonismo de las recomendaciones de los organismos multilaterales, fueron también características de aquellos años. Sin embargo, la creciente caída de amplios grupos en los márgenes del sistema fue derribando la legitimidad social del gobierno generándose, desde la ciudadanía, argumentos y prácticas que dieron cuenta de la insostenibilidad de un modelo perverso, dando lugar a nuevas expresiones políticas.

En diciembre de 2001 se vivieron en la Argentina días muy convulsionados, atravesados por la represión y el asesinato de ciudadanos en manos del Estado, como expresión de la insostenible desconformidad social. A los mencionados acontecimientos le siguieron intentos políticos de estabilización en el medio del caos, en paralelo la pobreza y los índices de desigualdad no cesaban de aumentar. La movilización y la organización popular se hacían sentir en las calles y las rutas, recuperando las trayectorias colectivas de lucha. Las ERT serán uno de los actores que confluyeron en la construcción de resistencias y contestaciones. Con una sucesión de cinco presidentes en el lapso de pocos días, debieron transcurrir algunos meses hasta que las nuevas elecciones den paso al inicio de reconfiguraciones.

Hacia 2003, con un ascenso al poder presidencial débil en términos electorales, asumió una nueva gestión que encaró un viraje en la estrategia de acumulación de capital. Este nuevo momento se caracterizó por el impulso a la producción en detrimento de la especulación financiera, eje central del anterior modelo. Por otro lado, cobró un rol importante la inversión pública, el impuesto a las ganancias extraordinarias del sector agroexportador acompañadas del aumento de la rentabilidad del mismo (causado principalmente por los precios internacionales). Además, el desendeudamiento público, junto al repudio de las recomendaciones del FMI y la re-estatización del sistema de jubilaciones y pensiones, fueron decisiones que signaron tiempos de cambio. En estos años comenzó a evidenciarse una expansión de la “economía real”, apuntando a la producción de bienes y servicios, con el doble propósito de superar la crisis y



disminuir los amplios márgenes de desocupación. Otra medida en la línea de la reconstitución de los sectores trabajadores estuvo dada por la reapertura de las paritarias, en un contexto de superávit fiscal y disponibilidad de reservas.

1.2 La Economía Social y Solidaria: amplitud y diversidad. Hacia una conceptualización.

Existen distintas maneras de entender a la ESS, desde algunas ópticas es pensada como una alternativa disponible para los sectores empobrecidos, quienes a partir de la autogestión, la capacidad de emprender y la asociación, pueden encontrar maneras distintas a la relación de dependencia para alcanzar la satisfacción de las necesidades. Podríamos hablar para el caso, de una economía popular de subsistencia. Esta concepción reduce las potencialidades de la ESS a las de una “economía parche”, no configurándose como un espacio de disputa de sentidos ante la economía de mercado. La ESS entendida de este modo, es vista como un conjunto de estrategias para aquellos que no pueden elegir, pero que ante la posibilidad optarían por un empleo en el mercado laboral tradicional.

Desde otro lugar, se ubica una línea que considera a esta otra economía, como una alternativa social, política y cultural, en donde lo que está por detrás es una lucha de sentidos. Por lo tanto estamos hablando de otra forma de generar valor basada en una cosmovisión que ubica en el centro al varón y a la mujer, en búsqueda de la reproducción de la vida y no del capital, aspirando a la conquista del conjunto social y no como micro estrategias paliativas para los “caídos del sistema”. La ESS que se posiciona como una elección y no como la única opción posee aspiraciones de cambio social, en donde la ambición pasa por la construcción de un tejido social nutrido de valores como la solidaridad, la equidad y la democracia. Se apela a prácticas sociales que exceden a las meramente económicas, conteniéndolas. De tal manera, no es sólo la economía lo que se modifica, sino que son los sentidos que orientan la acción social los que rotan su horizonte.

Bajo el paraguas que concibe a la ESS como una alternativa social, desde la cual es abordado este trabajo, es necesario reflexionar sobre distintos aspectos de la vida afectados en relación a los principios promulgados; como así también, en torno a las tensiones en las prácticas propias de la inserción en un sistema que promueve otros valores a través de los distintos aparatos ideológicos que le son funcionales.



1.3 Las Empresas Recuperadas por sus Trabajadores en el universo de la Economía Social y Solidaria

Si bien en la Argentina las primeras cooperativas se desarrollaron a partir de las últimas décadas del Siglo XIX, vinculadas fundamentalmente a la entrada masiva de inmigrantes europeos, requeridos por el modelo económico que comenzaba a demandar mano de obra, fue durante el Siglo XX cuando se constituyó un marco legal para el cooperativismo (Plotinsky, 2015).

Valiéndose de una amplia trayectoria en el sector, en las postrimerías del Siglo XX se gestó una alternativa, a partir de la cual, los trabajadores generaron un conjunto de estrategias de ocupación y resistencia en las fábricas en proceso de quiebra, con el fin último de conservar el empleo. La organización de los trabajadores se conformó como una opción ante el cierre de las empresas, en donde la tradición obrera y la capacidad de gestión tuvieron lugar. Con la crisis del 2001 se multiplicaron y comenzaron a generar herramientas de organización y agrupación entre quienes atravesaron situaciones similares. Mayormente se constituyeron como cooperativas de trabajo, y propusieron volver a poner en marcha las empresas en proceso de quiebra.

En pocos años, la toma, la resistencia y la reanudación de las actividades económicas de estos caparazones fabriles, arribaron a distintos puntos del territorio nacional. La organización, el intercambio de saberes y de experiencias, fueron elementos fundamentales para su fortalecimiento, visibilización y construcción reticular y sinérgica. Pero en esos procesos, que a medida que fueron pasando los años recobraron los caminos transitados por otros, no estuvieron solos, sino que se dispuso en torno a las tomas de las empresas vaciadas y endeudadas, una red de solidaridad que incluyó a actores diversos.

En paralelo, la efervescencia social se manifestaba en los barrios de clase media, con su máxima expresión en las Asambleas Barriales³, como así también

³ Las Asambleas Barriales surgieron con posterioridad a las manifestaciones populares del 19 y 20 de diciembre de 2001, que terminaron con la renuncia del Presidente de la Nación. Se conformaron como espacios vecinales presentando una innovadora forma de participación popular, excediendo los tradicionales canales de la política. En ellas se recupera la idea de “lo público”, funcionando en espacios abiertos y en algunos casos reapropiándose de terrenos anteriormente pertenecientes a la propiedad privada.



en las barriadas populares. Cortes de rutas, manifestaciones callejeras, clubes del trueque⁴, ollas populares de alimentos y tomas de empresas, estuvieron a la orden del día, como también expresiones solidarias de vecinos⁵. En sintonía, la expresión del hartazgo y la incertidumbre hizo que confluyan, más o menos efímeramente, sectores sociales tradicionalmente con intereses no coincidentes.

Las ERT entraron en ese clima atravesando por dificultades jurídicas, debido a un sistema social de privilegio al sector lucrativo. En las alianzas colectivas inter-sectoriales se expresó la solidaridad como valor aglutinador. En el centro se ubicó al trabajo, por lo cual algunos autores desde la academia, definieron a estas y otras experiencias vinculadas a prácticas económicas alternativas al orden capitalista, como conformantes de una “economía del trabajo⁶” (Coraggio, 1999).

El proceso abierto fue creciendo en volumen y en articulación. La ESS entendida como un modelo social alternativo, incluye dentro de su paraguas, a las ERT. Éstas se constituyen como experiencias contestatarias a un orden social, en su riñón ponen en jaque el mandato absoluto que sacraliza la propiedad privada, abriendo la posibilidad a la propiedad colectiva. En este caso, las condiciones en las que se encontraban, presentaban a los trabajadores dos opciones: el desempleo o la conservación del trabajo percibido como propio. Las decisiones tomadas dieron vida a un formato de gestión, en donde el ensayo y la innovación debieron hacerse presentes para alcanzar los objetivos de permanecer en las empresas.

En las ERT destacan las prácticas sociales basadas en la solidaridad, la autogestión y la participación. En el centro se encuentra la generación de valor

⁴ Los Clubes de Trueque tienen sus primeras apariciones hacia el año 1995, expandiéndose hacia inicios del Siglo XXI. Se configuran como espacios abiertos, en los que es posible intercambiar bienes y servicios sin la mediatización del dinero, usando en algunos casos “vales” como simbologías portadoras de valor. Con este sistema de intercambio, no se pretende sustituir la economía formal, sino que se entabla como complemento para aquellos que se encuentran parcial o totalmente fuera del sistema económico formal.

⁵ Algunos relatos de quienes atravesaron dicha experiencia transmiten historias que reflejan ese espíritu colaborativo. En una imprenta de la Ciudad de Buenos Aires, en proceso de toma y con custodia policial que impedía la entrada y salida de toda clase de objetos, los trabajadores resistían al desalojo. En paralelo necesitaban producir para alcanzar ingresos mínimos. Rápidamente consiguieron un primer pedido de impresiones, que debido a la presencia policial no podían sacar de la empresa. A partir de la solidaridad y la creatividad vecinal, lograron la primera camada de impresiones como cooperativa a través de una perforación en la pared que mediaba con la casa de uno de los vecinos, quien a su vez se encargó de efectuar la entrega.

⁶ Así como desde la economía del capital se ve al conjunto de la economía a partir de la lógica del capital y de su acumulación, desde la economía del trabajo se la ve a partir de la lógica del trabajo y su reproducción ampliada, afirmando los intereses del conjunto de los trabajadores y de sus identidades y agrupamientos.



a partir del trabajo, cuyos propósitos están orientados hacia la reproducción de la vida del conjunto social y no del capital. Por lo tanto, las organizaciones que constituyen este modelo social y económico, poseen una matriz de sentidos antagónica a la propiciada por el capitalismo, promulgando la reciprocidad en lugar de la competencia, la democracia a diferencia de las relaciones jerárquicas y la preeminencia de las cúpulas de poder decisorias. Asimismo, impulsan el desarrollo local en oposición a la deslocalización fabril y la división internacional del trabajo.

2. La economía social y solidaria en la cadena de valor. Un análisis desde la producción, la distribución y el consumo.

A partir del análisis expresado al momento, tras una contextualización de la ESS en la Argentina del naciente Siglo XXI, la intención es abordar los distintos momentos de la cadena de valor en la “otra economía”. Para ello se hará una distinción de: la extracción, la producción, la distribución, el consumo y la gestión de residuos; considerándose que el primero y último momento mencionados, no serán objeto de estudio por las limitaciones del presente trabajo. El propósito es avanzar en un estado de situación de cada uno de ellos, para luego dar paso a la presentación de propuestas para la construcción de alternativas, tomando como referencia el trabajo desplegado desde la Cooperativa de Trabajo Colectivo Solidario⁷. El análisis se esbozará bajo el paradigma de la ESS como alternativa sistémica, inserta en un terreno de lucha de sentidos, tal como fue planteado en los párrafos precedentes.

2.1 La Producción

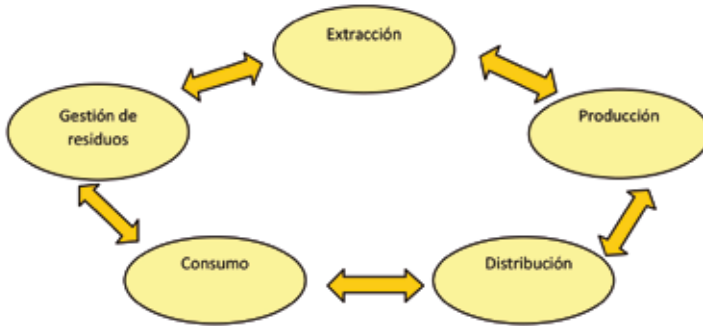
Entenderemos en este caso, a la producción como el momento posterior a la extracción, es cuando a partir de la unión de los factores productivos, se generan bienes o servicios. Es necesario aclarar que esta definición se toma con fines analíticos, ya que como será planteado a continuación, se concebirán a los eslabones de la cadena de modo sucesivo y mutuamente determinados. Esta mirada disiente de cómo el capitalismo formula dichas relaciones. En este caso, no nos referiremos

⁷ Es una experiencia de trabajo cooperativo que nace en la Ciudad de Buenos Aires en el 2010, con el objetivo de trabajar la comercialización en la ESS, desplegando su accionar en los tres momentos de la cadena de valor a abordarse en este trabajo: producción, distribución y consumo; articulando productores y consumidores.

a los momentos como compartimentos estancos, sino que serán analizados de manera integrada y complementaria: los modos de producción establecen los consumos, tanto como los consumos demandan ciertas formas de distribución, como así también los modelos de distribución influyen en la producción y en los consumos. Esta descripción nos permite sostener, que no hablamos de un proceso lineal, sino circular, en donde cada estadio posee implicancias en los demás, y está determinado tanto por el momento anterior como por el siguiente. En el gráfico n°1 se expresa esta línea de análisis que atravesará el trabajo.

Tras los primeros años de recuperación económica en la Argentina,

Gráfico n° 1
Moneda Nacional Reajutable



la ESS comienza a instalarse en la agenda. Las ERT, las cooperativas de trabajo, los emprendimientos familiares en distintos grados de formalización, los grupos productivos y de la agricultura familiar; van diseñando modos alternativos de trabajar. Fundamentalmente tienen en común la asociación en el trabajo y la propiedad colectiva de los medios de producción. En ese universo conviven las visiones de la ESS como economía de subsistencia (economía parche) y como alternativa al orden social hegemónico, estableciéndose cierto nivel de visibilidad que hace posible romper las fronteras de lo privado ingresando al mundo de lo público.

En el ámbito público, la ESS se expresa en las organizaciones sociales, territoriales y sindicales, creando las propias y llegando, a partir de la mayor divulgación alcanzada, a incorporarse a la agenda pública, disponiendo de una red de actores en escena⁸. Además, desde el Estado es incluida dentro de sus políticas,



principalmente orquestadas desde el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación⁹. Se han venido formulando distintos programas, líneas de financiamientos y de subsidios, ingresando progresivamente en el lenguaje como nuevo término. También desde el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación se impulsan políticas (en menor medida que en el anterior ente ministerial mencionado), desde algunos Municipios se forman incluso áreas destinadas a dar respuesta y generar oportunidades para unos grupos que comenzaban a “hacer”. El universo constituido por colectivos productivos y prestadores de servicios, cobra vida propia, dando lugar a alternativas de trabajo por fuera de los cánones sociales tradicionales. Una vez armados los espacios y atravesadas las primeras dificultades propias de la organización autogestiva, los proyectos en general despliegan diversas estrategias para el alcance de los objetivos. En este marco, tanto las ERT como los demás ámbitos de producción, encuentran entre las dificultades más acuciantes, la inserción en los mercados. Esto se debe a diversos motivos que serán asunto del segundo momento de la cadena de valor.

2.1.1 Las Empresas Recuperadas por sus Trabajadores: características, avances y retos.

Antes de continuar con la exposición de la cadena valor, se propone profundizar la situación de las ERT como entes pertenecientes al momento de la producción en la ESS, a fin de conocer en qué situación se encuentran en la actualidad.

El beneficio de poder observar los fenómenos algunos años después, nos habilita el conocimiento de algunos logros alcanzados, como así también de números que nos permiten desarrollar análisis con mayor perspectiva. Según los datos con que se cuenta a partir el Cuarto Relevamiento de Empresas Recuperadas en la Argentina, llevado a cabo por el Programa Facultad Abierta, se contabilizan un total de 311 ERT, ocupando a 13.462 trabajadores. De éstas, las recuperadas con posterioridad al 2010 son un total de 63. Se puede señalar además, que para el año 2004, el segundo relevamiento realizado por el equipo mencionado, identificaba

⁸ Se destaca, que estas propuestas, si bien portan una denominación novedosa, visibilizan algunos elementos de las organizaciones de resistencia obrera con vasto desarrollo en la región. Por lo tanto, se señala que la ESS se ha nutrido de trayectorias de luchas previas.

⁹ Resulta interesante señalar que la Secretaría de Economía Social pertenece a la cartera de Desarrollo Social, marcando una definición diferente a la propuesta de localizarla en el Ministerio de Economía, tal como otras posturas formulan.



161 ERT, surgidas posteriormente en etapas de crecimiento y recuperación de la economía, un total de 144. Los autores señalan: “Podemos decir entonces, que ya son casi tantas las empresas recuperadas que iniciaron su actividad en el período pos crisis como las asociadas al 2001 y años inmediatamente anteriores y posteriores. Tener en cuenta esto es importante para cambiar la mirada predominante sobre las ERT como respuestas desesperadas frente a crisis económicas generalizadas”. (Ruggeri, 2014: 7). Estos números nos dan la pauta de que las ERT no se presentan solamente como opciones ante escenarios de catástrofe económica, por el contrario, continúan siendo alternativas en una coyuntura laboral favorable. Algunos índices que pueden contribuir a la visibilización de dichas mejoras, son los datos sobre el desempleo, el cual entre 2003 y 2014, manifiesta una caída de 11,1%. Por lo tanto, podríamos inferir que la gestión cooperativa en manos de los ex empleados, pareciera convertirse en una propuesta que nació para quedarse. Un elemento que puede contribuir en la comprensión de este fenómeno, es el nivel de organización y articulación que han logrado los movimientos y federaciones que nuclean estas nacientes cooperativas.

Tabla III
Moneda Nacional Reajutable

Año	2003	2008	2014
Porcentaje	18%	7,4%	6,9%

Elaboración propia según datos de I.N.D.E.C. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

En este marco, desde el Estado se han desarrollado algunas herramientas que permiten avanzar hacia la formalización del trabajo. Un ejemplo de ello es el Monotributo Social, tratándose de un régimen destinado a los trabajadores considerados autónomos para el acceso a la seguridad social. Consiste en un modelo tributario integrado y simplificado que unifica en un solo pago mensual las obligaciones impositivas y previsionales. Sin embargo, esto acarrea algunas dificultades para los trabajadores, sobre todo por las desprotecciones a las que están expuestos, ya que sólo contempla dos de los cinco componentes del Sistema Único de la Seguridad Social: jubilación y obra social. La cobertura médica es uno de los puntos más relevantes junto a las asignaciones familiares, ya que los beneficios que se obtienen son limitados. Por un lado, el pago del monotributo solamente brinda



acceso al denominado Plan Médico Obligatorio, que se reduce a prestaciones básicas y le da cobertura al titular, es decir, cada integrante del grupo familiar primario debe ser afiliado “voluntariamente” abonando el mismo importe que el titular por cada integrante (Ruggeri, 2014). Por otro lado, las cooperativas de trabajo no están contempladas en la Ley de Riesgos del Trabajo, que distingue entre los trabajadores en relación de dependencia y los trabajadores autónomos. Los trabajadores autogestionados deben atenerse al régimen pensado para los autónomos, siendo la única opción para acceder a alguna cobertura contra riesgos del trabajo. Esta clase de seguros posee costos más elevados y menos beneficios para la unidad productiva que los que ofrece una Aseguradora de Riesgos de Trabajo (ART).

Actualmente, uno de los debates pendientes se relaciona con la seguridad social a la que acceden los trabajadores autogestionados en general, frente a la garantizada bajo un marco legal para los trabajadores en relación de dependencia. Pasados los primeros años de crisis, el acento pasa de la inmediatez a la construcción de fuentes de trabajo de calidad. Hoy, las experiencias autogestivas atraviesan dificultades relacionadas a la garantía en torno a ciertos derechos como trabajadores. Al respecto, el acceso a la seguridad social depende de las propias posibilidades de generarlo, son ellos mismos quienes deben velar por la cobertura de las asignaciones familiares, los aportes jubilatorios, el pago a las ART y a las obras sociales. Entonces, muchas de las discusiones que signan el campo, están dadas por la calidad del empleo y el acceso a derechos que estas unidades son capaces de generar.

Otra de las problemáticas que acucian a las ERT, es el débil marco legal con que cuentan. Si bien a partir de la reforma de la Ley de Concursos y Quiebras en el año 2011, se introducen importantes cambios con el Artículo 190, que habilita al juez para otorgar la posibilidad de continuar la actividad a los ex trabajadores, incluyendo la variable de la prioridad de la continuidad productiva por sobre la liquidación de los bienes; esto queda supeditado a un conjunto de requisitos y especificidades. Sin embargo, la importante visibilidad y organización que han tomado estas experiencias, hace que las mayores dificultades se encuentren en el sostenimiento y fortalecimiento de las unidades productivas desde el aspecto económico y organizacional.



En función de lo dicho hasta aquí, las ERT están inmersas en un mundo social amplio, entendidas en el marco de la ESS, en relación permanente con la economía de mercado y con los marcos legales que configuran un sistema social desafiado. Son importantes los logros alcanzados, restan sin lugar a duda batallas por dar.

2.2 La comercialización

La ubicación en los mercados de los productos fabricados por entidades de la ESS presenta dificultades. Entre los motivos que nos ayudan a explicar y comprender a qué se deben esas limitaciones, nos encontramos con el predominio de un sistema de comercialización concentrado, erigiéndose como el momento más “oscuro” de la cadena de valor. Allí se imponen las pautas, se define el precio del trabajo de los productores y el valor al que llegan los bienes y servicios a los consumidores, confeccionando el precio final de “góndola”. Las estrategias comerciales que están por detrás esconden ganancias exorbitantes para quienes digitan las reglas del juego.

En un marco de concentración absoluta, lejos está la posibilidad para los productores de la ESS de ingresar en los mercados tradicionales, de querer hacerlo deberían sub-valorar el costo del trabajo, estar dispuestos a absorber las pérdidas generadas en el proceso, a recibir pagos con posterioridad a la entrega de productos, entre otras pautas a adherir que los excluyen de la posibilidad. La pregunta que subyace a este planteo, es si desde la ESS se pretende (en caso de contar con las condiciones necesarias) ingresar en los mercados dominados por pocos actores o, de lo contrario, es posible avanzar en la construcción de redes propias de comercialización.

2.2.1 De las formas de intermediación dominante entre productores y consumidores

En los distintos modelos sociales, el intercambio ha sido un elemento fundamental para que los seres humanos se hagan de los bienes necesarios para la reproducción de la vida. Desde el mercantilismo al capitalismo más primitivo y su actual versión “más evolucionada”, se han entablado diversas relaciones de intercambio. Sin embargo, progresivamente, los mecanismos de comercialización y distribución han ido alejando cada vez más a los consumidores de quienes elaboran los productos.



Es preciso resaltar algunos postulados antropológicos con plena vigencia, como que el ser humano para reproducirse requiere del contacto con otros de su misma especie, ya que somos eminentemente seres sociales. “Es impensable sostener la idea de un individuo autoabastecido. El intercambio está en la base del concepto de sociedad” (Archetti, Eduardo, 2004: 204). Por lo tanto, partimos de la premisa de la necesidad del intercambio, de “los otros” sin los cuales no podría desplegarse la cultura, la cual presupone sociedad, siendo además su condición inmanente. Recordemos que al consumir, al adquirir objetos, se reciben y otorgan mensajes y significados, el valor de mercado no está intrínsecamente ligado a los bienes, sino que surge de las interacciones humanas que intervienen en los procesos de intercambio. Para García Canclini: “el carácter abstracto de los intercambios mercantiles, acentuado ahora por la distancia espacial y tecnológica entre productores y consumidores, llevó a creer en la autonomía de las mercancías y el carácter inexorable, ajeno a los objetos, de las leyes objetivas que regularían los vínculos entre ofertas y demandas” (1995: 53).

Esta autonomía que van adquiriendo las mercancías, es la que genera el marco ensombrecedor que caracteriza los consumos actuales, los que a su vez colabora con hacer de la comercialización un momento denostado. En este contexto esbozado, el territorio modifica su significado, la producción se encuentra deslocalizada. La mirada que atraviesa este estudio, va en la línea de los que Susana Narotzky (2007) entiende como la “perspectiva de aprovisionamiento”. Al referirse a la misma, está pensando en la distribución como una totalidad, en la que deben considerarse las relaciones de producción, distribución, apropiación y consumo; con vías particulares para cada grupo de actores en un momento histórico determinado. Bajo esta concepción podemos sostener que los bienes poseen valor social, cuyo significado dependerá, entre otros factores, de la forma de distribución que los grupos puedan utilizar para el acceso, como así también de la capacidad real de elección que se tenga a la hora de optar¹⁰. A su vez, plantea que: “(...) en cada etapa de un recorrido de aprovisionamiento concreto, podemos observar cómo la adjudicación está a la vez condicionada políticamente e incrustada socialmente en múltiples y complejas relaciones sociales” (Carrier, 1995; Miller, 1997, en Narotzky, 2007).

¹⁰ Aquí se consideran elementos como: el equipamiento disponible, el tiempo y el crédito con que se cuenta, la información a disposición y al alcance, la condición física y los ingresos.



En las últimas décadas, la escisión entre productores y consumidores se ha acentuado notablemente, convergiendo en el actual sistema en el que reina un completo desconocimiento del origen, el modo de producción y de los componentes que fueron utilizados para obtener un producto final. No se cuenta con información de las formas de trabajo que se enmascaran detrás de los bienes terminados, ni de los agentes que hicieron posible la obtención de un producto final, mayor es el desconocimiento en torno a los impactos sociales y medioambientales que la elaboración de ese producto ocasionó. Algunos llamados de atención en esta línea se vienen impulsando desde distintas organizaciones de la sociedad civil. En las últimas décadas, han proliferado los movimientos de consumidores, de agroecología y de comercio justo, sin embargo las enormes mayorías permanecen ajenas al interrogante respecto a qué se compra y a qué consecuencias acarrear los consumos. Podemos aproximarnos a una comprensión de la problemática si consideramos el marco económico en el cual nos insertamos. Las economías de mercado y los aparatos publicitarios al servicio de las grandes industrias, de la mano de regulaciones estatales que las benefician y se benefician, con el sistema productivo dominante.

Si tomamos como válida la “perspectiva del aprovisionamiento” podríamos pensar que el modo en que se comercializan los bienes y servicios de la ESS, influyen en los demás momentos de la cadena de valor. A fines de reflexionar al respecto, proponemos avanzar en un análisis de la situación del tercer momento de la cadena de valor: el consumo.

2.3 El consumo

En este apartado proponemos describir algunas líneas teóricas útiles para analizar el consumo. Para esta tarea tendremos en cuenta las prácticas de consumo insertas en las denominadas “sociedades de consumo”. Luego, integraremos el análisis a la cadena de valor de la ESS, intentando hallar puentes interrelacionados entre la producción, la distribución y el consumo; reflexionando en torno a la importancia de contemplar dichos momentos de modo inter-vinculado.

En primer lugar, es necesario expresar algunos de los elementos que han caracterizado al modelo productivo instaurado tras la segunda posguerra mundial. En aquellos años, importantes sectores sociales de los países industrializados aumentaron



considerablemente el poder adquisitivo, lo cual condujo a acrecentar la producción y paralelamente el consumo. Este modelo marca rupturas respecto a las pautas, usos y costumbres vigentes previamente. Progresivamente, se irá delineando lo que Zygmunt Bauman entenderá como “sociedades de consumo”. En éstas: “(...) nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto, y nadie puede preservar su carácter de sujeto si no se ocupa de resucitar, revivir y realimentar su perpetuidad en sí mismo, las cualidades y habilidades que se exigen en todo producto de consumo” (2007: 25).

Ahora, las relaciones sociales se basan en el consumo: todo y todos pueden ser “objetos” de venta como productos y cualquier “sujeto” tiene que tener la capacidad de adquirir, disfrutar y desechar. La sociedad de consumo, para este autor, se empeña en reducir el tiempo entre que se tienen ganas de conseguir algo, hasta que ese bien o servicio se adquiere, procurando acortar el lapso entre que nace un deseo y el mismo es satisfecho. Estos elementos acarrearán consecuencias en los diferentes órdenes de la vida de los seres humanos, el consumo, más rápida que lentamente, va acaparando las esferas del mundo social.

Es preciso dejar en claro algunas definiciones que orientarán el siguiente trabajo, adheriremos a la concepción esbozada por Néstor García Canclini, quien entiende al consumo como “(...) *el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos*” (1995: 42,43), sosteniendo que: “(...) *el consumo es el lugar donde las clases luchan por la apropiación del producto y, por lo tanto, es este espacio de lucha el que concreta o continúa en las relaciones de distribución los conflictos que oponen a las clases en las relaciones de producción*” (1984: 54).

Mirando de este modo al consumo, nos apartamos de entenderlo como acto vinculado a la satisfacción de necesidades, antojos y deseos. Dejaremos de lado el punto de vista racional económico, que sostiene que el consumidor (en tanto individuo) lleva adelante una elección soberana y libre en base a las posibilidades de las que dispone. Por lo tanto, en función de los medios con que cuenta, se toman decisiones para satisfacer necesidades según un orden jerárquico previamente establecido. En términos de Eduardo Archetti (2004), esta lógica se basa en la toma de decisiones según la menor cantidad de recursos a emplear en relación a una mayor predisposición a comprar ante los menores costos, manifestándose por la inversa ante el alza de precios. Esta concepción no contiene al sistema social y



cultural, no contemplando el medio en el cual el individuo está inserto. Por lo tanto sostendremos que no son los medios el principal elemento en la definición de la racionalidad, sino por el contrario, es la finalidad el punto neurálgico en torno a la cual los medios adquieren importancia.

Los modos dominantes de consumo escinden al sujeto del ciclo, desvinculándolo del proceso y erigiéndose como “el momento”, generándose un desprendimiento de los individuos respecto a las implicancias de las prácticas, no reconociéndose la responsabilidad por las consecuencias de los consumos. Por el contrario, adherimos a la mirada que lo enmarca en un contexto de distribución desigual de recursos, por lo tanto en los actos de compra se expresan los conflictos y disputas por la apropiación. Asimismo, es imprescindible mencionar, que el hacernos de bienes y servicios lleva intrínseca la función social de integración, como así también de saldar necesidades tanto biológicas como culturales.

En el presente trabajo perseguimos el objetivo de concebir al acto del consumo no escindido del resto del proceso, esto nos abre puertas a la integralidad de la cadena de valor. Exponemos una visión analítica que recupera la relación dinámica entre los momentos, con una mirada sistémica, en donde los eslabones se encuentran mutuamente determinados.

Bajo este prisma la premisa básica es que la escisión de la producción y el consumo, es una acción intencionada y dirigida hacia la ceguera necesaria del consumidor. Considerando la imposición de un sistema productivo que necesita renovar sus líneas productivas recreando e innovando las necesidades, al ritmo que nuevos bienes y servicios son ofrecidos. Tal como los mercados se escinden de los sujetos, los sujetos se escinden de los mercados. Estos espacios (que son necesariamente construcciones sociales) se nutren de agentes portadores y hacedores de cultura, la visión liberal dominante los nomina como ámbitos autorregulados.

A partir de este supuesto se facilita la instalación de hábitos y costumbres ajenas a las responsabilidades concernientes. Si el mercado se auto-regula, los saldos quedan en manos invisibles, la ordenación automática en el mejor de los casos se encargará de volver a acomodar los elementos necesarios. Si buscamos entender a los mercados como construcciones sociales, en cuya demarcación intervienen los sujetos, estaremos un paso más cerca de la responsabilidad ciudadana ante el consumo.



En este contexto queda en evidencia la solvencia del debate en torno al consumo. En términos de García Canclini (1995), podríamos decir que “el consumo sirve para pensar” y que es necesario quitarle la carga superficial sobre la cual el mismo se ha erigido, el peso ordinario que lo ha ubicado en el plano de la descalificación moral e intelectual.

2.4 Sintetizando

En este segundo apartado se hizo referencia a los avances construidos en el momento de la producción desde la ESS, esbozando la idea de que una de las mayores dificultades que encuentran quienes elaboran bienes y servicios, es lograr llegar a los consumidores, es decir la comercialización y la venta. Luego se mencionaron elementos que hacen a la comercialización concentrada, cerrando con el interrogante en torno a si desde la ESS es preferible la construcción de mecanismos propios, o por el contrario conviene optar por el intento de inclusión en los mercados dominantes. En un tercer momento, se desplegó un recorrido por algunas líneas teóricas a fines de pensar el consumo.

A continuación introduciremos la discusión en relación a la necesidad de gestar una comercialización y un consumo desde la ESS. El abordaje se realizará a partir de la experiencia de Colectivo Solidario. El propósito es la sistematización de debates y acciones en desarrollo, con el objetivo de identificar desafíos para el sector.

3. Pasos dados en la comercialización solidaria y en el consumo crítico y transformador. Propuestas y desafíos.

3.1 Sobre la necesidad de una Comercialización Solidaria

Desde la ESS se han dado importantes pasos en lo que hace al desarrollo productivo del sector, sin embargo a la hora de dar cuenta del momento de la comercialización, aún se presentan ciertos desafíos. Bajo la perspectiva de este trabajo, se considera que si desde la ESS se apunta a la democratización social, es relevante dar la disputa en el ámbito de la intermediación entre productores y consumidores.

Partiendo de ese postulado, la propuesta es reflexionar en torno a los motivos que demandan que la ESS fortalezca los avances que ha dado en la



construcción de medios y espacios de comercialización. En un segundo momento, se recuperan los aportes en ese sentido que se vienen desarrollando desde la cooperativa Colectivo Solidario.

3.1.1 Motivos que demandan una comercialización de la Economía Social y Solidaria

A continuación se mencionan elementos que fundamentan la necesidad de construir mecanismos de comercialización de ESS.

- Dificultad de productores para combinar la producción con la comercialización: en muchas ocasiones compaginar ambas tareas resulta dificultoso para los productores, ya sea por las distancias geográficas y territoriales, como por las demandas inherentes a cada tipo de trabajo. En la actualidad existen experiencias destinadas a que sean ellos mismos quienes vendan sus productos. En algunos casos, los productores manifiestan no desear dedicarse a las tareas de venta, no pudiendo apartarse de las mismas por ausencia de posibilidades. Además, en algunas oportunidades los productores sostienen no contar con las herramientas necesarias para desarrollar la comercialización, como así también la desatención de la producción que demanda dicha tarea.
- Necesidad de contribuir al cambio cultural para otro consumo: es imprescindible trabajar en la difusión y sensibilización que colabore en la generación de nuevos consumidores que ejerzan prácticas críticas y alternativas a las estimuladas por las sociedades de consumo. Para ello es imprescindible destinar energías a la comunicación de los impactos de los modos de consumo dominantes. Siendo parte a su vez, de la formación de una masa crítica que demande productos de la ESS.
- Necesidad de sistematizar propuestas para cambios en hábitos de consumo: es menester contar con formas constantes, permanentes y sostenidas en el tiempo, acordes a los ritmos de la vida urbana, y que faciliten a los consumidores la adquisición de bienes de la ESS. De este modo puede evitarse que las compras en el sector queden circunscriptas a hechos aislados o fortuitos, haciendo del consumo en la ESS un “consumo testimonial”, atado a momentos ocasionales en los que es posible acceder a esos bienes y servicios. Estas estrategias conviven con otras como las compras y ventas directas entre productores y



- consumidores, ferias fijas e itinerantes, entre varios formatos con los que es necesario articular, ampliándose así los canales de venta.
- Necesidad de contener la diversidad de los productores: se requiere una comercialización que contenga las especificidades de los productores, considerando que la venta suele ser el principal escollo que las experiencias autogestivas poseen. La comercialización de la ESS debe considerar los distintos perfiles de productores, creando herramientas específicas para el trabajo con cada tipo identificado, o especializándose en un grupo determinado. Algunos elementos a considerar en esa línea se vinculan con: la localización, el tamaño y la antigüedad del grupo, la escala y el perfil productivo. Por lo tanto estos factores enunciados demandarán acuerdos y pautas de comercialización específicos.
 - Necesidad de transparencia: es necesario dar a conocer qué ocurre entre la producción y el consumo, incluyendo la elaboración de los precios, los procesos productivos y las relaciones sociales que intervinieron antes de que los productos lleguen a cada uno.
 - Necesidad de servicios de calidad para los consumidores: desde la ESS se deben construir alternativas de calidad, alejándose de las visiones que conciben al sector como de menor rango o jerarquía. Se requiere ofrecer servicios eficientes y accesibles, con el objetivo de ampliar los consumidores demandantes y sostener a quienes ya han dado un paso en la modificación de conductas. Por lo tanto, una comercialización desde la ESS, debe tener en cuenta las necesidades y las demandas de consumidores, considerando los ritmos de vida en las urbes y hábitos culturales.
 - Necesidad de construir redes: el tópico de las redes en la ESS ya se encuentra instalado, sin embargo aún quedan retos. Sin un sector específico que se dedique a unir productores con consumidores en sus diversos formatos, será más complejo alcanzar la profesionalización de la tarea y la capitalización de aprendizajes.

Considerando los puntos resaltados, la comercialización debe desplegarse en función de principios de desarrollo colectivo abarcando a los distintos momentos de la cadena de valor. De esta manera, el crecimiento no se circunscribirá a uno de los momentos, sino que impactará de manera equitativa entre los actores intervinientes, permitiendo la sostenibilidad de los productores y de los intermediarios, como así también el acceso a un precio justo para los consumidores.



3.1.2 Experiencia, propuestas y herramientas de Colectivo Solidario

Colectivo Solidario es una cooperativa de trabajo que nace en 2010 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con el objetivo de construir una intermediación solidaria entre productores de la ESS y consumidores. Partiendo de críticas en torno a los “modos de hacer” de los mercados concentrados, fueron desarrollando distintas herramientas a fines de abordar problemáticas con una visión político-ideológica basada en los principios de la ESS.

En primer lugar, un punto a trabajar es cómo se arriba al precio final que abonará el consumidor por los bienes que desee adquirir. Para su abordaje, se construyó una estructura para la confección de los precios que posee una remuneración por factores identificados como necesarios para que un producto llegue a manos de los consumidores. A través de ésta, se define a qué valores ofrecer los productos que, por medio del trabajo, se centralizan y distribuyen. Los factores considerados son: trabajo, logística, costos fijos y pérdidas. A cada uno se le adjudica un porcentaje común pre-establecido, a fines de que no intervengan lógicas especulativas a la hora de fijar precios. Asimismo, se agregan factores de estabilización que rebajan o incrementan en pequeños porcentajes el precio final. Estos elementos están determinados por las especificidades de cada producto y productor, interviniendo componentes como: distancias, envases frágiles, mayores pérdidas posibles, producto de primera necesidad, entre otros.

Otro eje que se desarrolla, es la visibilización de los procesos previos y posteriores, para ello se llevan a cabo acciones que persiguen la ruptura de la distancia vigente entre productores y consumidores. En esta línea, Colectivo Solidario trabaja de manera articulada con los productores, acercándose a las problemáticas y a las dificultades que atraviesan, conociendo las especificidades y potencialidades; para entonces sí partir de sus particularidades y no de mecanismos genéricos que no las contemplen. A su vez, Colectivo Solidario se propone como canal entre los productores y los consumidores, dando a conocer las características de la producción, de los productos y de los sujetos que con su trabajo los hacen posibles. Por otro lado, se despliegan acciones destinadas a los consumidores, desarrollando distintas tareas denominadas de sensibilización. Éstas incluyen actividades como: organización y docencia de charlas y talleres, difusión en diversos ámbitos de interés, formación de grupos de consumo, entre otras.



Al respecto de los Grupos de Consumo, estos consisten en la centralización de consumidores que realizan compras de manera conjunta. Se propone que los mismos se configuren como espacios de referencia, canalizando inquietudes, dudas, sugerencias y debates; haciendo factible el arribo de las mismas a los productores. Todas estas propuestas poseen una mirada que entiende el cambio cultural como la principal batalla a dar en las sociedades de consumo, portadoras de un conjunto de artillerías que juegan en contra de los principios de equidad. Es por ello que, el rol de la intermediación excede las tareas administrativas y logísticas, y se inmiscuye en el plano de la transformación cultural.

Además, se busca que la relación entre productores y consumidores de un paso más, y es por eso que se cuenta con la propuesta del Ahorro Colectivo. La misma brinda la posibilidad de que los Grupos de Consumo se conviertan en “financiadores” de proyectos. Funciona de la siguiente manera: un 9% del total de sus compras a través de Colectivo Solidario, pasa a un fondo de ahorro solidario, que se incrementa con cada gasto ejecutado y que en julio de cada año es reintegrado a los grupos. El objetivo es que ese ahorro sea invertido en la ESS, fortaleciendo la red de productores y consumidores. Con esta propuesta, se tiene como objetivo que con el consumo organizado efective la articulación entre productores y consumidores. El trabajo también consiste en visibilizar las necesidades y potencialidades de los grupos de productores y del conjunto de organizaciones y emprendimientos de la ESS, acercándoselas a los consumidores.

Otro eje que se trabaja, son los acuerdos con los productores, quienes para su incorporación deben cumplir requisitos mínimos de ingreso. Éstos se vinculan a la demostración de la existencia de un grupo de trabajo, en el cual los medios de producción y la gestión sean colectivos. El precio de los productos es definido por los productores, quienes conocen cómo se construye el precio final que abonan los consumidores.

Otro punto desarrollado por la cooperativa, es el diseño de distintos canales solidarios de comercialización (CSC). Para ello se despliegan ventas con varios formatos, intentando dar respuesta a las diversas necesidades e intereses de los consumidores, desarrollando los siguientes CSC:



- Espacio de venta en el Mercado de Economía Social de Bonpland. Este Mercado es un ámbito autogestionado por organizaciones y productores. Su historia se remonta a la recuperación de un espacio desocupado ubicado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Actualmente se encuentra abierto al público cuatro días a la semana.
- Entregas a domicilio de productos recibidos telefónicamente, a través de compras web y por listado de productos. Los envíos se realizan con frecuencia semanal y van dirigidos tanto a particulares como a espacios compartidos.
- Ventas de insumos a bares, centros culturales, entre otros que elaboran comidas.
- Participación en ferias de la ESS, en donde la organización es llevada a cabo en conjunto con productores, organizaciones sociales y políticas e instituciones.
- Colocación de estanterías y buzones para la recepción de pedidos en espacios vinculados al sector.

Las enunciadas son algunas propuestas generadas a partir del trabajo y las relaciones recíprocas de solidaridad, ya que al inicio el grupo no contó con inversiones económicas, sino que los productores aportaron mercadería que fue abonada posteriormente a su venta. La relación de desventaja respecto a la comercialización dominante en términos de recursos es notoria. Sin embargo comenzar a dar pasos sólidos en estrategias desde la ESS, profesionalizando la intermediación y basándose en principios y valores propios, es indispensable. No sólo para reapropiarse de un momento fundamental en la economía, sino también para que los beneficios se distribuyan hacia el conjunto social: consumidores, intermediarios y productores.

3.2 Hacia un consumo crítico y transformador

Para reflexionar en torno al consumo sostendremos, que tal como se manifiesta en toda actividad humana, éste no puede ser analizado sin ubicarlo socio-temporalmente. El consumo que ponemos bajo la lupa se enmarca en las sociedades de mercado, en las cuales en lugar de que el sistema económico esté incorporado a las relaciones sociales, estas últimas se amoldan a las determinaciones económicas. Como consecuencia, los sujetos se inscriben en un sistema que no es sostenido en función de sus intereses y bienestar.



Otra premisa en la que se basa este análisis demanda la distinción entre consumo y consumismo. En primer lugar, el consumo es una actividad indispensable para la satisfacción de necesidades a través de la utilización de bienes y servicios, los cuales se presentan como medios imprescindibles para el desarrollo de la vida. Cuando hablamos de consumismo ingresamos en un ámbito mucho más complejo, en el que se entrecruzan elementos económicos, políticos, publicitarios y culturales, moldeando las subjetividades del conjunto social. Por lo tanto se requiere distinguir ambos conceptos.

El consumismo por su parte se erige como un fin en sí mismo, cuyo propósito es alcanzar deseos. Para lograrlo, hace uso del Complejo Comercial Publicitario, entendiéndolo por este a la alianza de retroalimentación estratégica entre las industrias y corporaciones, con los lobbies y las élites del poder económico e ideológico. Esta coalición es la que moviliza la red de saberes, tecnologías, acciones e instituciones orientadas a inducir percepciones masivas favorables a un sujeto de poder o anunciante. En el contexto de la lógica mercantil, el único valor de referencia de facto de estos medios de formación de masas, es la cantidad de atención capturada independientemente del contenido de aquello que se comunica (Torres i Prat, 2005). El objetivo es la fabricación de consumidores que perpetúen la práctica del consumo, mayormente superfluo, alineando subjetividades ávidas por renovar de modo incesante. Para alcanzar estos propósitos, no se consideran las necesidades de las personas, sino las del aparato productivo, el cual genera y re-genera su oferta de modo veloz y voraz, alimentándose tanto de la obsolescencia programada¹¹, como así también la “obsolescencia simbólica”. Es interesante destacar este último concepto, que refiere a la caída en desuso de los objetos, no debido a sus características intrínsecas, sino a las dinámicas propias de la cultura de consumo, logrando que a pesar de que el bien pueda seguir cumpliendo el rol para el cual fue fabricado, el usuario considere que ya no es utilizable (Fernández Miranda, 2015). Otra característica central, es que se trata de un modelo de conducta social, que localiza al consumo en el centro de la vida, otorgando significado a las acciones que se desarrollan. Finalmente, el desempeño de los diferentes ámbitos de la socialización y la experiencia, son desplegados a partir del consumo.

¹¹ La obsolescencia programada es la planificación pre-determinada del fin de la vida útil de un producto. De esta manera, luego de un tiempo establecido en la fase de diseño y de fabricación, el producto se torna inservible. Detrás de este modo de producción industrial, se enmascaran modos perversos que alimentan la incesante producción, junto con la re-edición de los deseos a partir de las herramientas publicitarias.



El modelo social descrito configura subjetividades que le son funcionales, para ello hace del consumo una práctica intrínsecamente individual, no revelada a otros y restringida a la esfera privada. Por otro lado, se lo tiende a percibir como expresión de la libertad, en donde el consumo es una elección soberana, no contemplándose los factores que construyen los deseos y que orientan las prácticas. Además, podemos mencionar al consumo como medio de identificación social, a través de éste los sujetos en las sociedades de consumo “son”. Con la mediación de objetos se originan vínculos, intermediados a su vez por bienes o servicios asequibles de ser adquiridos en el mercado que habilitan las relaciones con los otros. Finalmente, otro elemento que podemos distinguir, es que el consumismo es percibido como un derecho.

El consumismo se inscribe en la cultura de lo efímero, lo fugaz y lo rápidamente descartable en las sociedades globalizadas del Siglo XXI. Estas características nos demandan un cambio de perspectiva analítica, una nueva forma de ver y entender las problemáticas vigentes. El consumo se conforma como el punto neurálgico de las nuevas sociedades que van cobrando ritmo. Las sociedades de consumo se caracterizan por enunciar una vida en torno al consumo, “consumo luego existo” en términos de Arribas y Rosato: *“Se trabaja para comprar, solo se habla de comprar, de poseer, de tener. El bienestar, la felicidad se basan en las cosas que se compran y se almacenan. Se trata de un consumo opulento, inmediato, que hace del despilfarro una constante. Comprar es un fin en sí mismo, centra la actividad en el individualismo: tener más cosas para sí. Las cosas y su disfrute individual e inmediato están por sobre las personas y sus relaciones”* (2008: 186).

Si analizamos pormenorizadamente qué se canaliza a través del “comprar”, descubriremos probablemente que se entremezclan deseos, angustias, fantasías y necesidades. Al tratarse de un hecho re-editable e inacabado podemos visibilizar que tras efectuado el acto de compra, esos deseos no alcanzan su cabal satisfacción, sino que se incrementan. Esto se debe a que el consumismo es un acto secuencial e inagotable en sí mismo, relanza deseos e incita a nuevas compras, ya que las anteriores no resultan suficientes para calmar los impulsos generados a partir de la última adquisición. Los elementos explicativos de esa sensación de “hambre” insaciable no se pueden encontrar en factores meramente individuales, sino que sus fundamentos son de índole social. Insertos en un sistema de capitalismo voraz, en donde todo aparentemente se compra y vende, donde la identificación y la pertenencia se establecen a partir de objetos consumibles.



Analizando estos puntos, podremos dar un paso hacia la comprensión de por qué la compra y el consumo encierran mucho más que la satisfacción de necesidades. Esta percepción de que “comprando somos” debe leerse en un sistema que avasalla con la necesidad de comprar y renovar, lo cual se debe a que sin incremento constante de ventas, el motor del sistema financiero mundial se cercenaría.

En este contexto, cada acto de consumo compulsivo transforma al consumidor en uno de los cómplices del sistema. Lejos del juicio individual, la propuesta de muchas organizaciones que se vienen conformando con una mirada crítica del consumismo, es entender al consumo como un acto político. De este modo, los cambios de conductas se transforman en herramientas que se ponen en práctica con cada elección. En este punto, es importante remarcar que al adquirir mercancías, la posibilidad de elegir soberanamente qué consumir y que no, está mediatizada tanto por las opciones disponibles, como por la responsabilidad como ciudadanos de ver al consumo como un hecho social que va más allá del acto de compra.

3.2.1 Formación para otro consumo

Hemos desarrollado al momento una descripción de las sociedades de consumo, caracterizadas, en líneas generales porque los objetos de consumo se constituyen como bienes de deseo masivo. La sociedad se erige sobre valores dominantes funcionales a las prácticas de consumo como el individualismo y la maximización del lucro, manifestándose un avance de las lógicas mercantiles sobre los distintos ámbitos de la vida. Podríamos decir, desde una mirada crítica del consumismo, que sería interesante promover un cambio sobre dichos parámetros que vertebran los hábitos y los modelos.

Como fue expuesto a lo largo del trabajo, cambios en los consumos requieren de propuestas alternativas en los distintos momentos de la cadena de valor. No es suficiente instalar en los consumidores la reflexión y el interés en el viraje de las prácticas, si en paralelo no se fundan mecanismos logísticos y operativos que permitan el acceso a otros modos de consumir. Asimismo, las formas alternativas de comercializar requieren de productores que realicen su trabajo diferenciándose de los modelos productivos hiper-industrializados y centralizados. Por lo tanto, de modo obligado la propuesta debe ser sistémica e integral, contemplando los distintos momentos de la cadena de valor y reconociendo los puntos de interacción entre los mismos.



Considerando entonces la integralidad de las alternativas, que como sociedad seamos capaces de proponer, a continuación se esbozan algunas líneas que podrían ser contempladas en la formación indispensable para poner en evidencia el consumismo como modelo. La promulgación de valores y principios que se distancien del individualismo y la acumulación, es una tarea que debe ser tomada tanto por las instituciones legitimadas en ese rol (escuelas, universidades, etc.), como así también por organizaciones sociales y políticas en sus diversas expresiones. El Estado se erige como un ámbito indispensable a incluir, desde las políticas públicas, deberían también impulsarse programas que contribuyan en la formación de ciudadanos que no ubiquen en el centro de sus experiencias y expectativas al consumismo. Por lo tanto, la elaboración de una red de actores comprometidos y por involucrarse en la cuestión, es insoslayable para la colocación en agenda de la insostenibilidad del modelo de consumo impulsado por los capitales concentrados.

Con el objetivo de contribuir en la transformación de parámetros culturales, se proponen algunas líneas para la construcción de un consumo crítico y transformador. En primer lugar, es requisito la interpelación al conjunto social, con fines de implementación de distintas acciones, probablemente sea necesaria la fragmentación analítica de la población, pero es indispensable que sea dirigida a distintos sectores y grupos sociales y etarios. Entre los valores a impulsarse deberían incluirse principios de solidaridad y la estimulación de procesos colectivos alejados del individualismo. De esta manera podría contribuirse a la formación de ciudadanos responsables, involucrados en el interés por el bienestar común más allá del individual. De este modo, se estaría más cerca de la responsabilidad respecto a los momentos previos a la obtención de un bien o un servicio, como también de los posteriores. Otro conjunto de prácticas, es la promoción de las compras en circuitos cortos, en beneficio de la reducción de los costos de traslado, del desarrollo y la cultura local. Además, un eje interesante es el fomento de vínculos socio-comerciales que excedan la compra despersonalizada y desinformada. En el plano de las medidas políticas necesarias, se ubica la regulación del complejo comercial publicitario y de las industrias alimenticias, como así también la sesión de espacios fiscales para comercialización, regulaciones impositivas particulares, subsidios y financiamientos.

Las propuestas enunciadas se delinearán como horizontes deseables, exceden a este trabajo el análisis pormenorizado de cada una de ellas. No por eso



se desconoce la dificultad de la implementación de medidas de tales características. Sin embargo, su planteamiento es relevante a fines de visualizar y discutir las perspectivas deseables y posibles, considerando la necesidad de construcción de la viabilidad de muchas de ellas. Por detrás se erige una mirada que concibe a los sujetos sociales como capaces de incidir en realidades concretas, a la hora de volcar los recursos económicos en un sistema productivo concentrado o en otro con impacto en el desarrollo local. Estos son algunos elementos que podrían considerarse en la formación para un consumo que incluya y democratice.

Algunas líneas para continuar reflexionando

A lo largo del trabajo se abordó, de modo sintético, un recorrido por las características más destacadas de las políticas de cuño neoliberal aplicadas en la Argentina, describiendo sus impactos sobre amplios sectores sociales. Dicha hegemonía concluyó con una crisis social, política y económica sin precedentes, dando margen a acciones de contestación y lucha. A la par, emergieron nuevas herramientas y formas de resistencia, dando nacimiento a nuevos sujetos políticos. En ese proceso, diversas experiencias al calor del reclamo fueron delineando propuestas alternativas a las impelidas por los poderes fácticos.

En un marco de ebullición social, se manifestaron expresiones de desesperación de las mayorías, lo que generó modalidades de resistencias innovadoras, las cuales se fueron ampliando, tanto en términos de personas como de herramientas de lucha, habilitando una desobediencia cada vez más organizada. El universo de la ESS, a la par se ampliaba incorporando nuevos actores. A medida que transcurrieron los años, grupos que desarrollaban su trabajo en función de distintos ejes (cultura, educación, trabajo, salud, etc.), abordaron sus propuestas desde una perspectiva de la ESS, reconociéndose partes de la misma y resignificándola. De este modo, la ESS se constituyó como un marco aglutinador de espacios y actores de la resistencia frente al neoliberalismo.

Es importante mencionar que en el caso de la Argentina las ERT continuaron en expansión en los años de recuperación económica, adquiriendo impacto tanto por la ruptura con el statu quo, como por la dimensión que adoptan en términos de extensión territorial y de trabajadores afectados. Con el tiempo, las nuevas tomas y conversión de empresas lucrativas en cooperativas contaron con



un acervo de experiencia acumulada, en un camino allanado por las conquistas logradas a través de la organización. Las ERT fuera del contexto de crisis, expresan algo más que meras acciones ante la ausencia de otro tipo de posibilidades, lo cual refuerza la concepción de la ESS entendida como una alternativa sistémica.

Podemos decir que las crisis en términos generales son condiciones de posibilidad, de las cuales pueden devenir períodos regresivos en términos de derechos, o a la inversa, conducir a la ampliación del bienestar de las mayorías. En el caso de la Argentina, se constituyó como una coyuntura que habilitó un nuevo proceso más inclusivo, dando inicio a un modelo que ubicó al Estado en un rol protagónico frente a los intereses de los grupos económicos.

Con el segundo objetivo perseguido, se describió el estado de situación de tres momentos de la cadena de valor: producción, distribución y consumo. En términos de la producción, es el ámbito de la ESS que posee mayor peso, confluyendo diversos grupos asociativos destinados a elaborar bienes y prestar servicios. Si lo miramos en modo comparativo, con los siguientes eslabones de la cadena de valor, también el Estado dispone de más herramientas para ese grupo de acciones. En el imaginario social por su parte, se encuentra más instalada la relación entre la ESS y la producción, no siendo así para la comercialización ni para el consumo.

En cuanto a la comercialización, es menos conocido por la ciudadanía el nivel de concentración y poder de mercado en este momento de la cadena de valor. La concepción dominante encubre, intencionalmente, la desarticulación entre la comercialización, el consumo y la producción. Con esto nos estamos refiriendo a que la comercialización concentrada, dominada por algunos pocos y circunscrita a las grandes superficies (supermercados e hipermercados). Ésta, necesariamente requiere de producción industrializada, fácilmente transportable y con alto nivel de conservantes, como así también de consumidores ávidos de alimentos funcionales, con una presentación centrada en el esteticismo y altamente sofisticados. Por otra parte, estos espacios de comercialización se caracterizan por ofrecer a los consumidores “todo en un mismo lugar”, destruyendo las relaciones socio-comerciales, restringiéndolas a vínculos mínimos. Dichos intereses no son pronunciados abiertamente, sino que son canalizados a través de sutiles mecanismos expresados a través de las herramientas del complejo comercial publicitario.



En la ESS la comercialización es un momento económico aún no explorado ni desarrollado suficientemente, por lo que no posee la dimensión fundamental que demanda. Dentro de las estrategias, se da un predominio de las ferias itinerantes, sin embargo, las mismas no satisfacen adecuadamente las necesidades ni de productores ni de consumidores. Bajo esta perspectiva, se requiere la profesionalización de la comercialización, junto a la presencia de canales estables como mecanismos que contribuyan al cambio de hábitos y prácticas de consumo. Asimismo, una comercialización solidaria se presenta como un medio para construir relaciones de confianza y para aumentar la visibilidad de la ESS, lo cual se configura como uno de los factores para la politización del consumo.

Por su parte, el consumo se presenta de modo escindido del resto de los momentos, menos visible como campo para la construcción del cambio. Tampoco es dimensionado el impacto que se puede adquirir con la modificación de los hábitos en este terreno. Esto es producto de la intencional fragmentación de la cadena de valor, en donde cada momento es expuesto y percibido de modo independiente.

Al revisar los desafíos, para el caso de la producción, nos encontramos con aspectos relacionados a la garantía del acceso a un trabajo protegido. Algunas menciones se refirieron a las ERT en particular, sin embargo, en términos generales podemos sostener que este reto se extiende a muchos trabajadores del sector.

Si nos focalizamos en la comercialización, se entreven cuestiones pendientes, ya que se configura como uno de los principales límites al crecimiento de los emprendimientos productivos. Las lógicas y restricciones de la comercialización hegemónica impiden el ingreso a sus sistemas. Por otra parte, en caso de contar con factibilidad para el ingreso, esto limitaría las posibilidades propias de generar modos alternativos al orden dominante. Por lo tanto, la construcción de sistemas de comercialización propios, basados en valores y objetivos del sector, es otro de los desafíos identificados.

El otro momento desarrollado fue el consumo, el cual es necesario entreverlo como acto político, con capacidad de incidencia real sobre la ESS en general. A través del consumo se expresa la batalla cultural en la que se inscriben las propuestas alternativas. En este campo la comunicación adquiere especial relevancia, desde el sector es necesario avanzar en la visibilización del consumo



como parte integrante del resto de la cadena de valor. En ese sentido, se requiere dar la disputa que visibilice lo que el aparato publicitario esconde y proponer alternativas viables desde la ESS.

En términos de procesos, podríamos instalar el desafío de avanzar en los espacios aún no conquistados por la ESS, como la comercialización y el consumo, concibiéndolos como partes constitutivas de una misma aspiración. En este punto, entender la integralidad es un objetivo que demanda acciones mancomunadas del conjunto social, para comprender que el consumo está determinado por la comercialización y la producción, no comienza con la compra, ni culmina con la extinción del producto o uso del servicio. Pensar al consumo como un acto con impactos en los momentos previos y posteriores, es un reto que debe reconocer su inserción en las sociedades de consumo.

Finalmente, el Estado adquiere un gran peso en estos desafíos, es un actor estelar, cuya presencia debe ser demandada por las organizaciones de la ESS. Como ente regulador puede desarrollar políticas públicas que beneficien al sector. Es por ello que el Estado debe contemplarse como espacio en disputa. Otro grupo de acciones que desde allí se pueden emprender, es la compra pública a entidades de la ESS. Esto impactaría de modo muy beneficioso, ya que el volumen y la previsibilidad que estos mecanismos generan, podrían configurarse como claros estimuladores de crecimiento y consolidación de los grupos de productores. Por último, el Estado posee un rol central a la hora de desplegar una batalla cultural, que como se sostuvo a lo largo del trabajo, es el bastión sobre el cual es necesario trabajar.

Bibliografía

Abeles, M. (2009) “El impacto de la crisis internacional en la economía argentina”. Revista de Trabajo, Año 5, N° 7. Disponible en http://www.trabajo.gob.ar/left/estadisticas/descargas/revistaDeTrabajo/2010n07_revistaDeTrabajo/2010n07_a09_mAbeles.pdf

Alonso, J. L. (2002), “¿Un nuevo consumidor?”. Ábaco 2 Epoca, No. 31, Riesgos alimentarios y consumo sostenible, pp. 11-18. Centro de Iniciativas Culturales y Estudios Económicos y Sociales (CICEES).

_____ (2005), La era del consumo. Siglo XXI, Madrid.



_____ (2007), “La globalización y el consumidor. Reflexiones generales desde la sociología del consumo”. *Mediterráneo económico*, ISSN 1698-3726, N° 11, 2007 (Ejemplar dedicado a: Nuevos enfoques del marketing y la creación de valor / coord. por María Jesús Yagüe Guillén), págs. 37-56

Archetti, E. (2004), “Antropología del consumo”, en Boivin, M., Rosato, A. y Arribas, V., *Constructores de otredad. Una introducción a la antropología social y cultural*. Antropofagia, Buenos Aires.

Arribas, V. y Rosato A. (2008), *Antropología del consumo. De consumidores, usuarios y beneficiarios*. Antropofagia, Buenos Aires.

Bauman, Z. (2007), *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

Basualdo, E. (2011), *Sistema político y modelo de acumulación. Cara o Ceca*, Buenos Aires.

Coraggio, J. L. (1999), *Política Social y Economía del Trabajo. Alternativas a la política neoliberal*. Miño y Dávila, Madrid.

Fernández Miranda, R. (2012), “La deuda y la espada: Neoliberalismo en América Latina y el sur de Europa”. Albasud. Disponible en: <http://www.albasud.org/blog/es/397/la-deuda-y-la-espada-neoliberalismo-en-am-rica-latina-y-el-sur-de-europa#sthash.zzUMuMo4.dpuf>

_____ (2015). “Interpelar la ideología del consumismo. Reflexiones sobre consumismo, publicidad y los retos de la Economía Social y Solidaria”. *Revista Idelcoop*, N° 216, Buenos Aires.

García Canclini, N. (1995), *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, México.

Narotzky, S. (2007), “El lado oculto del consumo”, en: *Cuadernos de Antropología Social*, n° 26, agosto/diciembre, Buenos Aires.

Plotinsky, D. (2015), “Historia del Cooperativismo. Orígenes y consolidación del cooperativismo en la Argentina”. *Revista Idelcoop* N° 215, Buenos Aires.

Polanyi, K. (1992), *La gran transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. Fondo de Cultura Económica, México.

Porta, F. y Sanches P. (2012), “La Economía Argentina frente a la crisis internacional: relaciones de corto plazo y desafíos de largo Plazo”. *Encuentro Argentina y Brasil frente al Desafío de la Crisis Mundial*. Disponible en: <http://www.fes.org.ar/Publicaciones/2012/FES-CEPES-AEDA/Documento%20de%20Trabajo%20Argentina%20-%20Porta.pdf>

Razeto, J. L. (1982), *Empresas de trabajadores y economía de mercado*. PET, Santiago de Chile.

_____ (2010), “Hacia un nuevo pensamiento económico y una nueva economía: la transformación necesaria”, Presentación en la VI Semana de Ciencias Sociales, Universidad Nacional, Costa Rica.



Ruggeri, A. (comp.), (2009), *Las empresas recuperadas: autogestión obrera en Argentina y América Latina*. Programa Faculta Abierta, FFyL (UBA). Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras, Buenos Aires.

Ruggeri, A. y equipo (2014). *Informe del IV relevamiento de Empresas Recuperadas en la Argentina. 2014: las empresas recuperadas en el período 2010-2013*. - 1a ed. – Programa Facultad Abierta, FFyL (UBA). Cooperativa Chilavert Artes Gráficas, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Torres i Prat, Joan (2005). *Consumo, luego existo. Poder, mercado y publicidad*. Icaria Editorial, Barcelona.

Vilas, C. (2011). *Después del Neoliberalismo: Estado y procesos políticos en América Latina*. Universidad Nacional de Lanús, Buenos Aires.

_____ (2013). “Estrategias económicas y estrategias de política social”, en R. Castronovo (coord.), *Políticas sociales en debate. Los nuevos temas de siempre*. Eudeba, Buenos Aires.