

Conversaciones sobre la Economía Social y Solidaria

Documento de trabajo del IV Encuentro Regional de
Técnicos del Programa ProHuerta INTA/MDS CERBAS - 2014
22, 23 y 24 de abril, Villa Gesell, Buenos Aires



Staff

Coordinación editorial

Ing. Agr. Cintia Rodriguez

Coordinadora Provincial de ProHuerta CERBAS

Lic. Andrea Arbeleche

EEA Cuenca del Salado

Lic. Fátima Cano

EEA Hilario Ascasubi

Lic. Carolina Piscione

OIT Mar Del Plata – EEA Balcarce

Diseño gráfico

Federico Miri

Coordinación Nacional de ProHuerta (INTA-MDS)

Conversaciones sobre la economía social y solidaria : documento de trabajo del IV Encuentro Regional de Técnicos del Programa Pro-Huerta Cerbas INTA/MDS / Editores Cintia Rodriguez; Carolina Piscione; Fátima Cano; Andrea Arbeleche. - 1a ed. – Buenos Aires (Provincia) : Ediciones INTA, 2015.
E-Book.

ISBN 978-987-521-598-6

1. Economía Social. 2. Agricultura Familiar. 3. Desarrollo Local. I. Título.
CDD 630.7

Fecha de catalogación: 06/03/2015

Índice

Pág. 3 / Presentación

Pág. 5 / Contenidos

Pág. 6 / Coordinadora Nacional de Economía Solidaria, Uruguay – Presentación e Intercambio

Pág. 17 / Organización Crece desde el Pie – Presentación e Intercambio

Pág. 25 / Comercializadoras de la Economía Social

Pág. 26 / Anexo: Cartilla de composición de precio de la Organización Crece desde el Pie

Presentación

Uno de los ejes del encuentro fue la economía social y solidaria. ¿Por qué? Primero porque consideré ese espacio como un lugar oportuno para compartir entre los 50 participantes conceptualizaciones, reflexiones e ideas sobre la economía social y solidaria.

Si bien desde el trabajo cotidiano en el territorio, muchos técnicos del Programa ProHuerta acompañan acciones enmarcadas en la economía social, entiendo también, que las experiencias de otros, los procesos que atravesaron o pusieron en marcha, las normativas que acompañaron, los obstáculos que se les presentaron, los logros que alcanzaron, entre muchos otros aspectos, pueden aportar la riqueza necesaria para seguir construyendo desde este enfoque que trasciende lo comercial y que está vinculado principalmente con las personas, con la manera de vivir y de pensar.

En este sentido, se convocó a la Coordinadora de Economía Solidaria de Uruguay con la participación de Hair Fonseca, artesano y Elsa Silva Trindade, productora de licores, ambos integrantes del Comité Ejecutivo. También se sumó a la organización Crece desde el pie de Mendoza representada por Damián Moreno, docente terciario y Laura Costella que además de acompañar a la organización es técnica del INTA.

Con sus relatos, los cuatro invitados interpelaron para reconocer la diversidad y complejidad de esta temática en función de las distintas dinámicas territoriales que se dan en otro país del MERCOSUR, como Uruguay, así como en la región argentina de Cuyo y también en el sur de la Provincia de Buenos Aires.

Para que el intercambio no fuera exclusivo de los participantes del encuentro se propuso la construcción de un material que facilitara compartir con otros la experiencia del encuentro. Por eso se generó esta herramienta, con la pretensión de aportar al trabajo de los técnicos que acompañan a la Agricultura Familiar y al abordaje de distintas problemáticas, como por ejemplo la comercialización. Así se originó este documento, que invito a leer y a replicar en sus territorios.

Ing. Agr. Cintia Rodriguez,
Coordinadora Provincial del Programa ProHuerta (INTA-MDS) del Centro Regional Buenos Aires Sur de INTA.





Agradecimientos

Por su presencia en este encuentro y por representar así a otros directores y coordinadores:
Méd. Vet. Esteban Eduardo Ezcurdia (M. Sc.), director del Centro Regional Buenos Aires Sur.
Méd. Vet. Hugo Nigro, director de la Estación Experimental Agropecuaria Cuenca del Salado.
Méd. Vet. Gustavo Melani, coordinador del Proyecto con Enfoque Territorial Cuenca Norte.
Méd. Vet. Gastón Fourquet, coordinador del Proyecto con Enfoque Territorial Cuenca Sur.
Ing. Agr. Santiago Balda, coordinador del Proyecto con Enfoque Territorial Cuenca Centro
Ing. Agr. Enrique Viviani Rossi, director de la Estación Experimental Agropecuaria Balcarce.
Ing. Agr. Daniel Huarte, coordinador del Proyecto con Enfoque Territorial del Sudeste
Ing. Agr. Federico Castoldi, coordinador del Proyecto con Enfoque Territorial Semiárido Secano Bonaerense




A la coordinadora nacional de ProHuerta, CPN Verónica Piñero, por acompañarnos y compartir sus palabras.

A la Ing. Agr. Anahí Fabiani, Lic. Martina Esperanza y Carla Pavetti, de la Gerencia de Gestión de Programas de Desarrollo Rural, y al Lic. Eloy Triviño de la Coordinación Nacional de ProHuerta.

¿Qué van a encontrar en este documento de trabajo?

El contenido principal son las presentaciones que realizaron los representantes de las experiencias invitadas.

Al principio de cada experiencia se comparte un breve perfil de cada uno de los representantes.

Luego, encontrarán íconos que le permitirán identificar los ejemplos  que se presentan así como algunos intercambios  que se realizaron entre los participantes y los representantes de las experiencias. También, a partir de la iniciativa de la organización Crece desde el pie, una actividad para reflexionar  y como anexo la Cartilla de composición de precios.

Además, hacia al final del documento incluimos un listado de comercializadoras de la economía solidaria así como también materiales que nos facilitaron las experiencias.

Aclaración

Si bien algunas transcripciones están modificadas en función de su comprensión se respetó el sentido de cada una de las expresiones realizadas durante el encuentro. Las mismas son responsabilidad de los disertantes.

De ninguna manera este documento pretende clausurar cualquier discusión sobre la economía social y solidaria, sus procedimientos y definiciones. Por el contrario, pretende aportar y enriquecer la misma.



Coordinadora Nacional de Economía Solidaria, Uruguay

Representantes

Elsa Silva Trindade, de Maldonado. Productora de licores. Integra la Red de Maldonado de Economía Solidaria y el Equipo Ejecutivo de la Coordinadora de Economía Solidaria del Uruguay.

Hair Fonseca, de Salinas, Canelones. Artesano. Forma parte del colectivo zonal Artezona. Integra el equipo coordinador del Consejo Canario de Economía Solidaria y el Equipo Ejecutivo de la Coordinadora de Economía Solidaria.

Hair Fonseca: **HF** Elsa Silva Trindade: **EST**



Para comenzar

HF: ¿Cómo comenzó la economía solidaria? La economía solidaria nace con la historia del mundo. Es la economía que tenían los pueblos originarios que intercambiaban sus cosas, producción compartida, se ayudaban unos a otros. El nombre de economía solidaria se lo puso Luis Razeto, sociólogo chileno, mientras estudiaba a un grupo social vulnerable durante la crisis que atravesó su país en los 80. En su investigación, concluyó que este grupo no sufría la crisis por la forma solidaria que se daba en ese barrio, en esa zona. Ahí surgió la economía solidaria, una forma diferente de hacer economía. Se agregaba otro valor que no era sólo el del trabajo o el del producto, sino que era un valor intangible. Pero no tan intangible, ya que daba sus frutos, ese dinero se multiplicaba gracias a la solidaridad. La diferencia entre quedar mal en la vida y quedar bien, está en tener gente solidaria a tu alrededor. De ahí nace el nombre.

En Uruguay, Pablo Guerra - discípulo de Luis Razeto - se preocupó de ver qué pasaba con la economía solidaria. Encontró pocas cosas, vinculadas fundamentalmente con el trueque, si encontró un movimiento cooperativo muy fuerte que, aunque se llame cooperativo y no solidario, implica lo mismo. El movimiento cooperativo debe estar dentro de la economía solidaria, porque sus miembros actúan cooperando, o sea solidariamente. Las crisis destapan cosas. En Uruguay se hizo una feria muy grande, en Montevideo, allá por el 2002, y allí nos encontramos con mucha gente que pensábamos ¿cómo salimos de esto? ¿qué hacemos por lo demás?, y ahí comenzó el primer encuentro nuestro como economía solidaria. Había algunos compañeros que trabajan en Cáritas, un movimiento religioso que es muy fuerte en Brasil, y estábamos los que no éramos religiosos que también queríamos ayudar a la gente y ahí conformamos un movimiento grande. Luego, en Montevideo, se hizo durante cuatro años la Feria Nacional de Economía Solidaria, pero el último año hubo algunos desacuerdos entre la organización y comenzaron a re-conformarse los grupos. Y las redes empezaron a trabajar, se trabajó durante todo un año y así surgió la Coordinadora.



¿Qué es la Economía Solidaria (ES)?

HF: Es una construcción colectiva dinámica y transformadora que implica incorporar los valores solidarios en la teoría y en la práctica de la economía.

Sitúa en el centro a las personas y actúa en las diversas fases de la actividad económica: producción, consumo, distribución y finanzas. Dentro de la ES está toda la economía, pero ésta es una economía que cambia el centro de su accionar, no está detrás del salario ni del capital sino detrás de la persona, en beneficio de la persona y eso es lo que la hace diferente.

Y no quiere decir que es una economía que tenga que ser apoyada solamente, porque todas las economías reciben apoyos o subsidios de los gobiernos. La economía predominante - que es la capitalista - recibe apoyo fuerte para los productores si les va mal en las cosechas, hay subsidios, hay

muchas formas de ayudar. En la economía solidaria queremos también que haya este tipo de ayuda en los momentos que sea necesario pero no queremos que sea una dependencia, que si no viene el apoyo no existís o no podés funcionar.

En Uruguay, nosotros no dependemos de ninguna línea política, de ningún organismo, ni de ningún ministerio. Queremos estar en relación pero de una manera saludable, no en dependencia de algo. Hemos visto ejemplos en otros lugares, donde a veces la parte política influye y cambia la idea que tenía el grupo, avanzando hacia una forma de trabajo determinado y el movimiento se ve trastocado por este tipo de influencias.

En cuanto al nombre, no nos hemos puesto de acuerdo con los compañeros del MERCOSUR, entonces cada uno de nosotros tiene una forma de llamarla y referirse a esta economía diferente.

Descripción de la experiencia de la Coordinadora

HF: Vamos a contar desde el principio de qué se trata el organismo del cual participamos y luego detenidamente por qué esto es diferente, si es diferente, capaz que ni se nota y es igual a todos.

Un grupo de personas, de distintas zonas, que estábamos trabajando por una economía diferente que no era la capitalista que considera al salario, el sueldo o el dinero como lo más importante, estábamos separados y decidimos juntarnos para darle forma a la Coordinadora Nacional de Economía Solidaria (CNES).

¿Para qué la CNES?

Apoyar procesos de avance en economía solidaria de diversas formas. Vivir la economía solidaria, este tipo de interés de hacer economía en todo el país. Todos trabajamos en diferentes zonas y coordinamos en un organismo común. Además hay que hacer trabajo para que funcione.

Ayudar a fortalecer redes locales. Las mismas pueden ser departamentales o puede ser más de una por departamento.

Representar los intereses del sector. Es decir, uno solo no tiene la misma fuerza que tiene el movimiento para hacer los planteos, ya sea a nivel local o a nivel nacional.

Incidir en la construcción de políticas públicas. En esto no venimos muy avanzados ya que se trata de todo un trabajo, de ir hablando uno a uno con los encargados de la legislación y después tratar de hacer el proyecto. Nosotros ya hicimos la primer etapa, estamos ahora en la elaboración de la **Ley de Economía Solidaria**, y tratando de aprovechar este momento en el que vienen elecciones para incidir en los políticos y también, para que vean que en nuestro movimiento hay integrantes de todos los sectores y que no es otra cosa que lo que estaban pensando en gestionar.

Generar espacios para actividades de comercialización. Porque la producción es muy importante, pero lograr colocar esta producción es lo que hace la diferencia. Si estamos en lugares adecuados, si logramos hacer permanentes los espacios de comercialización, es más estable el sostenimiento de los diferentes grupos que tenemos. Y también tenemos acciones de autogestión, comercio justo, consumo responsable y finanzas.

Entre nuestros conceptos, y sobre el qué vinimos a hacer también acá, se encuentra la necesidad de transmitir y hacer comprensible qué es la Economía Solidaria, construir agendas comunes entre todos. Dentro del país y también tratar de coordinar agendas con los del Mercosur. En el Mercosur incluimos también a Chile, más Paraguay, Argentina, Uruguay, Brasil, Colombia y Ecuador.

¿Cómo está organizada nuestra coordinadora?

Por **redes departamentales** -que son autónomas- y **entidades de apoyo**. Las redes somos los emprendedores, los que trabajamos, podemos formar cooperativas, emprendimientos personales, grupos que se juntan para comercializar, y las entidades de apoyo son por ejemplo lo que es acá el INTA, un ministerio, un grupo religioso, las alcaldías, o lo que existe en Uruguay como la Secretaría de Economía Solidaria.

La **mesa nacional**, que viene a ser la asamblea de todos los emprendimientos del país. De esta mesa nacional se hacen reuniones bimensuales, a las cuales van los delegados de todas las redes que existen en el país. ¿Cómo funciona? Todas las redes mandan ahí los delegados que quieren o que necesiten mandar, pero al llegar la votación solo votan dos delegados de cada departamento. Y son solamente los emprendedores. Las entidades de apoyo participan, sugieren, pero no votan.

Para que esto esté funcionando, para la tarea de todos los días, hay un **equipo ejecutivo** (no es lindo este nombre porque somos una organización y tal vez la palabra ejecutivo sugiere otra cosa, pero es el nombre que se votó y se eligió entre todos). Elsa y yo somos parte del equipo ejecutivo de la CNES, somos representantes de la red que fuimos electos para participar del equipo ejecutivo, que tiene 5 miembros titulares y 5 suplentes. Los 5 titulares son: 3 de los emprendedores y 2 de las unidades de apoyo.

¿Cuáles son las entidades de apoyo y qué rol tienen, qué facilitan?

Las entidades de apoyo son entidades para acompañar a los emprendimientos, tienen que gestionar las necesidades de los emprendimientos. Son los emprendimientos los que marcan sus necesidades y las entidades de apoyo deben aportar las ideas para las necesidades de los emprendimientos. Es importante que reconozcan ese rol, y que no quieran hacerle hacer a los emprendedores lo que ellos quieren. Esta es una discusión muy ardua que tuvimos en Uruguay ¿Para qué están las entidades de apoyo? No están para dirigirnos, esto es una autodeterminación, podemos equivocarnos pero no importa, nosotros no estamos buscando ser perfecto, estamos buscando ser nosotros y no lo que las entidades de apoyo quieren que seamos. Es muy importante cuando uno se fortalece, ver cuál es el camino y se convence de que ese es el camino, para no perder autonomía.

EST: *En nuestro departamento las entidades de apoyo son: la intendencia municipal del departamento de Maldonado - que es el gobierno central - los municipios de la intendencia -que son un segundo gobierno - y lo que llamamos oficinas desconcentradas (tenemos dos Maldonado) integrada por diferentes vecinos y funcionarios municipales. Los municipios y el gobierno central nos brindan espacios para trabajar. Si nosotros necesitamos alguna cosa urgente que no esté al alcance de los productores nos acercamos a las oficinas o a la intendencia y ellos generalmente nos solucionan el problema.*

Por ejemplo, el grupo necesitaba un techo para poder trabajar y un lugar donde guardar los materiales de trabajo, entonces a través de la intendencia el municipio nos facilitó los gazebos. Nosotros le pagamos a la intendencia mensualmente el importe que ellos nos entregaron para solucionar el problema de forma inmediata y el municipio nos da un lugar donde guardar las mesas, los gazebos, sin costo. A su vez, en algunas ocasiones trabajamos con el Ministerio de Desarrollo que también ha apoyado los grupos de artesanos. El Municipio de Punta del Este, en menor medida, colabora también.

En cuanto a la asistencia técnica nosotros tenemos la Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas -Dinapyme - dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Minería, que en convenio con la intendencia, nos dan capacitación en mejoramiento, diseño y presentación del producto.

¿Qué es un emprendimiento de economía solidaria?

HF: Ahora sí que nos metimos en un lío.

Un emprendimiento de economía solidaria es un organismo de carácter colectivo que a través de redes promueve como centro a las personas y desarrolla los valores de la solidaridad en las distintas fases de la actividad económica: producción, distribución, consumo y finanzas.

Los emprendimientos de economía solidaria no son emprendimientos que no sean rentables económicamente, sino que son emprendimientos que tienen cuidado en el manejo de las distintas etapas de la economía. Algunos de los grupos somos más chicos y otros más grandes, algunos hacemos poco dinero y otros más dinero, pero trabajamos para que todos puedan vivir de lo que hacen, que no necesiten hacer otra cosa. Entonces, no es una economía que no genere dinero, no es una economía que sea de ayuda, **sino es una economía que se vale por sí misma.**

Entonces dice que el objetivo del emprendimiento es de carácter transformador y no meramente económico ¿por qué? Porque **nosotros cuidamos lo que hacemos**. No es producir para tener una retribución económica solamente, sino producir con conciencia, sea lo que sea que produzca.

De carácter colectivo en algunas de las fases. En el grupo del cual participo hacemos cosas distintas pero nos juntamos en la etapa de la comercialización y organización, de movidas de difusión en la zona, también en las finanzas tenemos un fondo común que sirve para traslados y demás.

Tiene gestión democrática. Ahí todos tenemos las posibilidades de expresarnos y de votar, no discriminar por ningún motivo, participar en redes de economía solidaria, porque si estamos solos nos comen los de afuera. Solo puede incorporarse hasta el 20 por ciento de mano de obra contratada en período de zafra. Tienen que ser productos auto-gestionados, y si la persona es necesaria y sirve para lo que se la convoca, deja de ser asalariada y pasa a ser parte, se integra al emprendimiento.

El cuidado del medioambiente está en la base de lo que hacemos.



Algunos ejemplos en Uruguay y Brasil:

1) **Modern chic:** empresa recuperada, cooperativa. Todos los compañeros se juntan hacen productos en común.

2) **La orgánica:** hacen productos envasados de diferentes productores: tienen varias fases. Todos los productores participan de una certificación participativa, entre ellos mismos recorren y controlan los predios de los demás para ver que no se está agregando nada que no se puede agregar. A la hora de comercializar tienen dos maneras: tienen venta directa de los productos, tienen una persona que es la distribuidora del grupo, llama por teléfono un día a la semana y entrega los productos el fin de semana. Y así toda la zona recibe un producto a precio razonable y de primera calidad. Y también elaboran en conjunto y distribuyen a través de los integrantes.

3) **Camino natural:** es un grupo que hace cremas para la piel, cuidado de la piel, belleza, curativas, acá todos producen diferentes productos.

4) **Factor común:** diferentes artesanos que producen para las distintas etapas de esta cadena. Y se comercializa todo como un producto terminado. No producimos juntos, luego ensamblamos en un producto común.

5) **Justa trama:** una cadena brasilera que va de la plantación del algodón hasta la elaboración de las prendas de vestir, se ocupan de toda la cadena. Nosotros tenemos entre Justa trama y Factor común una cadena binacional o internacional y comercializamos en conjunto los productos. Traemos productos a los que le agregamos producciones nuestras y ellos hacen a la inversa. Por lo tanto también se puede pensar desde el comercio internacional.

¿Quiénes participan de la Economía Solidaria?

HF: Por un lado, teniendo en cuenta a los emprendedores, estamos tratando de saber cuántos somos en ES en Uruguay, por eso junto con extensión universitaria lanzamos el mapeo en la última Feria Canaria, para contar cuántos somos, qué parte de la fuerza productiva del Uruguay somos y dónde estamos, para conectarnos.

¿Qué recursos se pueden utilizar para reconocer cuándo un emprendimiento es de economía solidaria y cuándo no? ¿Dónde está ese límite?

HF: Ese es un problema que tenemos nosotros en todos los lugares. Y creo que el camino de incorporar a todos en un primer momento es el más saludable, no se puede dejar a nadie afuera, tampoco permitir que los que no cumplan con las normas sigan perteneciendo. Entonces, una forma es darles las pautas de cuáles son las acciones que abarca la ES, que ustedes definen, el reglamento de sus movimientos, las normas de convivencia. Funciona o no funciona, sino funciona se da de baja. Con el tema de la producción: si el productor compra algo le hace una cosita, una pequeñísima intervención y la vende, eso no es un emprendimiento de ES. Podría haber algunos intermedios, si lo que compra para modificar es un emprendimiento de ES y eso resulta en una cadena de ES, está bien. Pero no comprar en el mercado capitalista y transformarlo en el mercado solidario porque le ataste un cordoncito, hay varias cuestiones a tener en cuenta. Y ahí le pedimos que retiren el productor o que dejen de participar.

Pero en general ¿quiénes participan o quiénes pueden participar? todos o el que quiere, a nosotros nos encantaría que de hoy para mañana todo el mundo estuviera dentro de la ES porque así todo el mundo sería mejor. Por eso, entre nuestras manera de comercializar también está el intercambio, trabajo por producto, producto por producto, hacemos un banco de intercambio donde podés dejar productos y llevar productos que están en esa mesa, en todas las ferias hacemos la hora del trueque, ahí todos cambiamos el precio porque lo que importa es que todos accedan, es un goce. ¿Nosotros queremos cambiar el mundo? Si, queremos cambiar el mundo. Eso sería lo ideal, que no existiera gente que no pudiera acceder a los productos buenos.

La idea es trabajar lo más que podamos en hacer ver qué cosas hacen mal al planeta, a la salud, qué cosas son buenas de producir, qué cosas son buenas de consumir, y quiénes podemos consumir. Cuántos más personas podamos producir, con mejores condiciones, con sistemas más rentables, hace bajar los precios también. Sin un día la gente se da cuenta que la plata que gasta en el mercado capitalista no es para comer, sino que va al bolsillo de una persona para enriquecerse y que encima se está enfermando, no vas a comprar eso porque lo que gasta va a querer gastarlo bien. No es fácil al principio que todo el mundo se prenda, porque primero tiene que convencerse de lo que le estás



diciendo, después ver si es posible y después ver si podemos hacer las cosas mejor.

Hay muchos productos de la ES que se comercializan internacionalmente, como por ejemplo los de Justa trama. Hay otra cadena que se está por lanzar en Uruguay que es la del PET. Recolectan los plásticos que sobran, se transforman en algodón y se mandan para Brasil y allá se hace el polar. Esa es una cadena internacional que existe. Y si existe es que se puede hacer, y si se puede hacer deberíamos pelear por más cosas, por ejemplo ampliar cuestiones comerciales vinculadas con el MERCOSUR y la ES. Queda mucho por hacer. Justa trama de Brasil es tan grande como Hering, la gente de la ES considera a Justa trama como una potencia y empezó como una plantación de algodón, haciendo un algodón ecológico, luchando contra los bichitos que se lo comían, matándolo con palitos y llegaron a lo que tienen ahora.

Si nosotros no colaboramos con el cambio no va a suceder en el tiempo que nosotros queremos que suceda, entonces tenemos que hacer todo lo posible para lograr ese cambio. Ahora, no vemos que existan reacciones tan buenas en todos los lugares. La ES es una economía diferente, no es una ayuda a los necesitados solamente, es una muy buena herramienta para los que no tienen nada, para los que recién están empezando, pero no es para eso que existe la ES. La ES es una economía que está para ser la economía del futuro, si queremos. La ES no es solo lo manual, en Uruguay todas las empresas recuperadas son de la ES, son cooperativas que trabajan con nosotros, y son empresas que producen neumáticos, vidrios, luminarias. Entonces los emprendimientos de la ES no son pobrecitos. Lo que queremos es que estemos todos juntos y que luchemos por esta otra forma de hacer economía, que no sea la economía de ayuda de los necesitados, sino que sea de ayuda pero porque con esta forma de hacer economía salís del lugar en el que estás, salís al mercado y juntos porque se puede mucho más.

La comercialización

HF: La parte de comercialización siempre es la que duele. Por lo tanto esa es la que tenemos que cuidar. Nosotros cada vez que asistimos a algún encuentro tratamos que existan instancias de comercialización que ayuden a solventar los gastos que significa trasladarse para encontrarse en ese lugar. Por eso, siempre que participamos hay comercialización, si en Brasil hay un foro, siempre al lado hay un espacio para la comercialización.

En Uruguay tenemos planteadas una cadena de actividades para todo el año. Trabajamos para lograr todo lo que nos ponemos de objetivo durante el año. A veces no se da y a veces hacemos más de lo que nos propusimos. Pero bueno, en enero, el segundo fin de semana la Feria Canaria en Atlántida ya está establecida, eso es fijo y tiene una fecha elegida por nosotros.

¿Cuáles son los lugares de comercialización?

HF: Tenemos un montón de lugares de comercialización. Por ejemplo, Elsa te puede contar que hacen en Maldonado.

EST: En nuestro departamento tenemos la Feria departamental de Maldonado, en la que se extiende la invitación a todo el país, una feria vecinal que funciona una vez por semana en San Carlos, otra con la misma frecuencia en Maldonado y también las ventas individuales que cada uno tiene. Y así como algunos tienen espacios fijos particulares, a través de la intendencia municipal de Maldonado, también está a disposición de todos los productores un comercio en pleno centro para comercializar nuestra producción.

El precio

HF: Para definir el precio, vos sabes lo que cuesta producir lo que estás produciendo: ahí tenés un primer precio. Después, sabes que tenés que vivir de lo que hacés: ahí tenés una segunda cuestión. Pero también sabés que la persona que te compra tiene los mismos problemas que tenés vos. Ahí está el equilibrio entre lo que necesitas para vivir y lo que realmente vale el producto, para que esas otras personas puedan consumir esos productos y no estén fuera de su alcance. Entonces, a veces hay que bajar el costo de la materia prima o la forma de producirlo. Ese es un precio consciente o justo. Hay entidades de apoyo que dan consejos sobre cómo elaborar el precio, a mí me parece espantoso la fórmula que tienen entonces yo no lo planteo. A veces vos tenés una realidad, sabés que tenés que vivir de lo que producís, cobrar lo que tenés que cobrar, sin irte de las posibilidades que el otro tiene para comprar. Si para vos tiene un margen razonable y tiene un precio bueno, ya está. Ese es el mejor precio, cuánto lo pagarías vos.

Les voy a contar el caso de una cooperativa que entrega productos alimenticios a domicilio. Ellos ven el precio de mercado y sobre ese calculan el precio de venta, porque la producción no siempre se puede calcular con las herramientas que tenemos, hay muchas cosas que influyen, este año capaz que no llovió, capaz que hubo algo que te dio más trabajo, hizo frío y la producción te dio la mitad de lo que te tenía que dar. Si vos calculás sobre esa producción capaz que no estás en el precio de mercado, te salís de los precios de mercado, para arriba para abajo. Si bien nosotros pedíamos que se respetaran los precios calculados, porque era lo más solidario con la gente, porque la gente no tiene por qué pagar si hay un desfase, esta cooperativa lo que hace es ver el precio del mercado y sobre eso pone el precio. De allí sacan la ganancia del que distribuye, también es un porcentaje que está estipulado internamente en el grupo, y el resto es del productor. Si a veces el precio está un poco más alto lo suben un poco más. Claro, si se dispara mucho capaz que ese producto no lo llevan. Lo que ellos argumentan es eso, que este año capaz que están ganando, pero que el año que viene tal vez no lleguen a cubrir los costos de producción.

Con lo que nosotros producimos, con las artesanías y otros productos no hacemos eso. Ahí calculamos el costo, pero con costos de una producción grande, no con costos de un producto, porque ahí siempre te da error y muy por arriba de lo que debe ser.

EST: Más allá de cómo se obtiene la materia prima (si es producción propia, se compra o te lo regalan) entre los productores tratamos de coordinar el precio, acordar con el otro productor, si el precio de la fruta del mercado es tanto, el del dulce es tanto. Capaz la otra persona está de acuerdo en poner el precio un poco más bajo y van a un precio intermedio. Se trata de no romper el precio del mercado.

Haroldo Herrera, técnico INTA Necochea. Experiencia de construcción de precio de los productores de Frescura Natural.

Los productores se reúnen todos los lunes, en una pizarra se pone los precios del mercado y los precios de las verdulerías de Necochea, entonces buscan poner un precio intermedio. Se beneficia al consumidor y también ellos, porque si lo vendieran mayorista les bajaría mucho el precio. Se trata de una formación de precios que no se ajusta a un análisis de costo, simplemente es un precio que está pensando en función de beneficiar al consumidor y al productor.



Habilitaciones y normativas

HF: Con respecto a las normativas, nosotros trabajamos en lograr acuerdos, confianza. Por ejemplo, los que hacen productos o subproductos de envasados, panificación, que tengan un mínimo de habilitación que la intendencia nos da, un marco legal, que hayan hecho la manipulación de alimentos por ejemplo. Nosotros controlamos eso y en la feria pueden estar. En realidad es un acuerdo de partes.

Si bien la habilitación es municipal, en las ferias de la ES colocamos los productos que hacemos a lo largo del país. Hay una autorización interna que nos permite comercializar en todas siempre que cuente con la habilitación del departamento en el cual reside.

EST: En Maldonado, los elaboradores de alimentos están anotados en un registro en la parte de higiene y de laboratorio de la intendencia, allí nosotros tenemos que llevar una muestra de los productos que hacemos, ellos la testean y deciden y certifican si está apto o no para venderlo. Hacen las pruebas necesarias, después avisan y nos llaman y nos dicen si no se puede vender o no, en este último caso hay que volver a hacerlo y volver a presentarlo. Las inspecciones son aleatorias.

Habilitación de cocinas

EST: *La cocina artesanal es la que funciona en la casa de uno, que tiene que cumplir con todos los requisitos: que sea en un lugar de mucha higiene, que se puedan lavar los pisos, las paredes, que las mesadas sean de acero inoxidable. La propia municipalidad además necesita un certificado de que ha sido fumigada la casa y no hay bichos. La certificación de bomberos, que vea que como se trabaja con calor y fuego, que estén previstas emergencias de incendios. Todo eso es lo necesario para la realizar una inspección en la casa y para certificar que la cocina está apta para trabajar. A su vez, el productor debe tener un curso de manipulación de alimentos y después el carnet de salud, con un chequeo general y exámenes de rutina. Con la habilitación de bromatología que conoce las reglas de conservación, y el carnet de salud que certifica que está apto para trabajar y no va a transmitir ningún tipo de enfermedad, la municipalidad certifica y puede trabajar en su casa. La habilitación dura un año y luego vuelve la inspección. El baño y al cocina tienen que estar en condiciones, tiene que tener agua caliente. La cocina particular, con parte de estos requerimientos, es la que se encuentra fuera del hogar y está en un determinado lugar, por ejemplo, yo tengo fuera de casa una planta de elaboración certificada, a la que cada tanto tiempo viene el inspector a registrarla. Además, en varios departamentos, existe una planta de elaboración municipal que está a disposición de quien no tiene otra forma de trabajar. Entonces el estado le proporciona un lugar, sin costo, pero tiene que cumplir todos los requisitos, tanto de salud como de higiene.*

Financiamiento

HF: Como país no tenemos figuras que funcionen, por ejemplo, como lo hacen los banquitos de la buena fe. Tenemos entidades que se dedican a dar créditos o préstamos dentro de determinado marco jurídico y a través de la coordinadora, pero que son independientes. Son organismos de microcréditos que trabajan con nosotros, que organizan el emprendimiento si es rentable, si es viable, sino hacen un trabajo con el emprendimiento y le dan un crédito con muy poco interés.

En la red de economía solidaria de Canelones, a la que yo pertenezco y que se llama Consejo Canario, tenemos fondos propios y somos nosotros los que les prestamos a los emprendimientos. Es lo que se llama fondo rotatorio. ¿Cómo se formó? Todos los que participan colaboran con el 10 por ciento de lo que venden en la Feria Canaria de enero, de ahí nosotros generamos ese fondo. Y también solemos pedir colaboración en otras ferias. Así logramos acceder a los insumos para armar una feria. Tenemos toldos y mesas propias, como al principio alquilarlo salía mucho fuimos generando un fondo que es con el que trabajamos, y es solidario, el grupo pide uno y el mismo grupo sale como fiador solidario. No es mucho lo que se tiene, pero es un fondo para las cosas que necesitamos. Y todos los que trabajamos en el Consejo lo hacemos ad honorem.

El consumidor en la ES

HF: En Montevideo, por ejemplo, existe una red de consumidores de economía solidaria. En América empezó desde lo que no tenían nada, para tratar de salir de la crisis. En Europa fue al revés, empezó con los que dijeron no queremos más comer con agrotóxicos, no queremos más productos con obreros explotados, no queremos más vestarnos con productos hechos en China. La ideología es lo que más importa, no solo la producción, si es chica o grande o si gana mucho o poco dinero, que lo que haga sea con el concepto de medio ambiente y no dañar la salud de las personas.

EST: nosotros hemos entendido que tal vez el consumidor ha cambiado su manera de pensar y son conscientes de que deben brindarse una calidad de vida mejor y buscan productos que estén hechos por artesanos, productores. Hay personas que dejaron de comprar determinado producto en el mercado para venir a comprarnos a nosotros los días que nosotros estamos en los puestos.

La participación

HF: Para lograr los objetivos que uno se propone tiene que participar. Porque es muy lindo recibir los beneficios de la lucha pero también hay que estar al pie del cañón. De hecho, en Canelones somos unos cuantos, en el banco de datos tenemos ingresadas 200 personas, pero es un banco de datos muy vivo, algunos se bajan por alguna razón, y hay otros que están viniendo porque se enteraron que existís y se acercan, entonces es muy vivo, crece.

EST: Lo que uno hace, lo hace como una forma de transmisión para que el trabajo continúe. Como nosotros estamos divididos en departamentos, cada uno tiene su forma de trabajo. Por ejemplo, nos tomamos el tiempo para participar de encuentros como este, pero cuando volvemos compartimos con los compañeros lo que se habló, lo que se discutió y ellos así tienen el motor para transmitirles a otros compañeros.

Hoy vine yo, pero mañana cualquiera puede estar acá ocupando mi lugar, porque nosotros creemos que uno tiene que tomarse el tiempo por el otro, tiene que aprender por el otro, trabajar por el otro, vender por el otro, cualquiera de los compañeros tiene la misma capacidad para venir acá y mientras yo estoy de vacaciones. Por eso, no es solo economía es solidaria.

HF: Me parece importante decir que las cosas funcionan de una sola manera: si el colectivo está convencido de una idea, tiene que luchar por esa idea y la única forma de lograr los objetivos que

queremos es estando. Como lo explicó Elsa, la forma de hacerlo es pasando la posta. En la feria Canaria, es una feria que lleva mucho trabajo y armada solo por los emprendedores, no hay nada extra que intervenga en el armado de esa feria. Yo por ejemplo me encargo de la parte infraestructura, entonces antes de la feria y durante el armado de la feria no puedo hacer nada que no esté vinculado a eso, no puedo atender mi puesto, hay otros compañeros que llevan la mercadería, que arman mi puesto que ponen mis productos, yo ni me entero que hicieron, yo estoy controlando otras cosas. Y así otros compañeros se encargan de otras cosas, así pasa con todo. Por eso los emprendedores estamos convencidos que para que se lleven adelante nuestras proposiciones tenemos que estar nosotros, todos tenemos que dar el ejemplo y decir yo también estoy, y todos hacemos lo mismo, todos queremos estar por el otro, porque es la única manera de sacarlo adelante. No nos pesa.

Si no trabajamos juntos no funciona, de a uno no se puede cambiar el mundo. Es más, hicimos una prueba: les voy a pedir a todos que golpeen un dedo contra la palma contraria. Ahora dos. Ahora tres. Ahora cuatro. Y ahora toda la mano. ¿Es lo mismo o no es lo mismo? No, no es lo mismo. Si estamos solos, somos solos. Si estamos juntos es otra cosa.

Fin presentación.

Organización Crece desde el Pie

Representantes

Laura Costella. San Carlos, Mendoza. Es ingeniera agrónoma y realizó la Maestría de Extensión Agropecuaria de la UNLitoral. Trabaja en la Agencia de Extensión Rural Antonio Navarro de INTA La Consulta. Forma parte de la organización Crece desde el Pie, donde trabaja articuladamente el acompañamiento de grupos.

Damián Moreno. San Carlos, Mendoza. Es docente de la Tecnicatura de Desarrollo Local y Economía Social. Forma parte de la organización Crece desde el Pie, desde allí trabaja con grupos de producción y comercialización de alimentos y también en la construcción social del hábitat.



Descripción de Crece desde el pie

¿Quiénes somos?

El grupo "Crece desde el pie" - hoy asociación con PJ 826/2012 - viene trabajando en el territorio de San Carlos hace más de cuatro años bajo la lógica de generar espacios de participación y construcción que nos permitan transformar las condiciones objetivas de vida en el medio rural. Las distintas experiencias tienen en común el trabajo grupal, la solidaridad, la lucha por condiciones dignas de vida. Para lograr esto, los objetivos de la asociación son:

- Acompañar y generar procesos de desarrollo territorial con participación de agricultores/as, jóvenes, trabajadores rurales, estudiantes, profesionales, familias en situación vulnerable; en un marco de democracia participativa y economía social.
- Fortalecer y desarrollar experiencias en producción -primaria e industrial- y mercadeo de alimentos, con valores de trabajo digno, organizado y preservación del medio ambiente.
- Trabajar en la mejora del acceso a la educación de adultos y jóvenes de zonas rurales y periféricas; tomando como modelo la educación popular.
- Desarrollar experiencias en comunicación comunitaria popular.
- Promover espacios y actividades culturales.
- Trabajar en la mejora del acceso a la tierra y el agua en las familias agricultoras imposibilitadas de acceder a estos bienes para producir y vivir dignamente en el medio rural.

Para lograr nuestros objetivos como asociación se viene trabajando con diferentes grupos en todo el departamento en los cuales se trabaja en la producción y comercialización de alimento, educación popular, el acceso a la tierra para vivir y producir, la mejora del hábitat, etc. Los grupos están integrados por agricultores/as familiares y obreros rurales. Cada grupo define la frecuencia de sus reuniones y mensualmente se realizan reuniones o talleres con integrantes de todos los grupos.

Los grupos

Feria de productores minoristas unidos de San Carlos. Comenzó en 2009. Está compuesta por 10 familias de agricultores/as. Su objetivo es que cada productor comercialice su propia producción, eliminando al intermediario, a un precio justo, valorizando el trabajo y la revalorización cultural de diversas prácticas. En 2010 la feria presentó un proyecto en la banca del vecino que fue aprobada por el Concejo Deliberante y la autoriza a funcionar legalmente. La feria ha crecido en estos años incorporando nuevos consumidores que se vuelven habituales. Además es un espacio de encuentro social donde se valoriza la actividad productiva. También allí se realiza una Radio Abierta, intentando dar voz a los/as agricultores, que en la mayoría de los medios hegemónicos son invisibilizados.

Crece desde el pie VINOS Caseros. Conformado por 8 elaboradores/as. Lleva tres temporadas elaborando y la actual -la cuarta- es la primera que tiene destino comercial. La elaboración es íntegramente artesanal respetando la calidad de la uva y los cuidados pertinentes para obtener un vino digno a un precio justo. Actualmente se están elaborando 1800 litros aproximadamente, tanto variedades blancas como tintas. Para el precio de los vinos se consideran los insumos que requieren el proceso y el valor del trabajo, pensando siempre en un precio justo para productores y consumidores. La venta de la producción se realiza en la zona de elaboración, siendo el consumo en el espacio local un objetivo primordial en el grupo. Además se comercializa a través de dos redes de comercio justo: Almacén Andante (Mendoza) y Coop. Puente del sur, Caracoles y Hormigas y Minga Autogestiva de Buenos Aires.

El proceso productivo se realizó con maquinaria clásica de elaboración, moledora manual (sin descobajado), prensa de canasto. El descobajado se hace a mano en la elaboración de vino tinto. Recientemente el grupo incorporó una tapadora de mejor calidad con la cual se puede tapar con cualquier tipo de corchos y una moledora descobajadora que mejora la productividad del trabajo en la elaboración de vinos tintos.

Las Tomasas. Surgió a principios del 2006. El grupo está conformado por 6 mujeres. La actividad es el acondicionamiento y envasado de hierbas aromáticas, cultivadas en la casa u obtenidas en la zona. En 2008 obtuvieron un subsidio, a través de un proyecto de autoconsumo del Programa Social Agropecuario (PSA), para comprar maquinaria comunitaria para la elaboración de conservas que en principio se vendía a la gente conocida. Esta actividad fue creciendo y se diversificaron los productos, significando un mayor aporte a la economía doméstica de las familias. En la actualidad se continúa con esta modalidad de venta directa a consumidores, en una red de confianza, y las aromáticas y las frutas en almibar son comercializadas a través de la Feria de Productores Minoristas Unidos de San Carlos y redes de comercio justo de la provincia de Mendoza y de Buenos Aires. Las actividades productivas se han fortalecido y generaron un ingreso complementario significativo en la economía doméstica de las seis familias que suman un total de 27 personas beneficiadas.

Amigos Jornaleros Organizados de San Carlos (Ajo SC). Trabaja desde el año 2005 con la prestación de servicios en el acondicionado de ajo. Está conformado por 5 mujeres durante todo el año en la elaboración de los deshidratados, cuyo ingreso principal es el que genera esta actividad. En la temporada de verano cerca de 10 personas más trabajan en las tareas de acondicionamiento de ajo para consumo y semilla. El grupo fue formado por una iniciativa del INTA La Consulta. Desde 2010, técnicos del INTA y de la asociación acompañaron al grupo en la diversificación de actividades con deshidratado de frutas y hortalizas, para poder lograr continuidad en el trabajo. Todas estas actividades se desarrollan en un galpón de uso común cuya infraestructura se ha mejorado recientemente a través de inversiones realizadas por subsidio del Programa PRODEAR. Con estas obras, se logró la habilitación del establecimiento ante los organismos correspondientes para las dos actividades: deshidratado de frutas y hortalizas y acondicionamiento de ajo para consumo. Los procesos de elaboración de los productos deshidratados son artesanales, utilizando energía eléctrica y solar. Se comercializan a través de la Feria de Productores Minoristas Unidos de San Carlos, redes de comercio justo de la provincia Mendoza y de Buenos Aires y comercios de la zona.

Grupo de mujeres Gualta. Se conformó en 2013, en un paraje rural del departamento El Cepillo. Elaboran dulce de leche casero que se comercializa en una red de Comercio Justo (Almacén Andante). Debido a los elevados costos que representan la leche y el azúcar, y a la falta de estructura, la productividad del grupo actualmente es baja. Es importante considerar que por cada medio kg de dulce se utiliza uno de leche que vale \$10. En azúcar se usan 350 gr por litro de leche que representan un gasto de \$2.60, aproximadamente. Se suman el valor del frasco y la tapa, la esencia de vainilla, el bicarbonato de sodio, la etiqueta y el gas. Se están produciendo aproximadamente 30 frascos de 360 ml por semana. La ventaja es que se puede producir todo el año.

Grupo de mujeres elaboradoras de jugo natural. Está conformado por 8 mujeres. Es uno de los últimos grupos conformados y esta es su primera temporada de elaboración. El proyecto surgió en respuesta a la necesidad de darle valor agregado a la producción de un productor y su familia, que poseen una pequeña finca con frutales y viña. Desde hace años el productor vende su producción a industrias de la zona, que pagan centavos. Esto - sumado a dos años de heladas y granizo - pone en serias dificultades la continuidad de la actividad. El grupo se conformó invitando a gente de la zona. Actualmente se está elaborando jugo natural integral de uva y manzana, sin agregados de agua ni conservantes. De esta manera se paga un precio justo a la fruta, determinado en conjunto con el productor, y se genera otra fuente de trabajo para quienes elaboran.

Pensar la economía social a partir de las experiencias

Por Laura Costella y Damián Moreno.



Definición de economía social:

Relación entre los seres humanos, y los seres humanos y la naturaleza para la satisfacción de las necesidades. Permite analizar diferentes sistemas económicos, cuáles son las relaciones que hay entre los seres humanos y cómo se relacionan con la naturaleza para la satisfacción de las necesidades. Por ejemplo con el hábitat, el comer, la formación, la vestimenta.

Existen numerosas acepciones: otra economía, solidaria, social, economía del trabajo. La economía es social pero la capitalista se olvida de las personas y hace creer que no es social.

El término otra economía hace referencia a otra construcción.

Los ejes para pensar otra economía

1-El mercado. El análisis del mercado capitalista y el otro que se quiere construir. En el mercado capitalista una de las cuestiones es la incertidumbre respecto del destino de la producción. La mano invisible del mercado acomoda y equilibra la oferta y la demanda. Está naturalizada la incertidumbre respecto de la venta de los productos. Eso se pone en discusión.

2-El precio. En la lógica del capitalismo no se puede modificar. Pero quien lo construye es el que tiene el poder para determinarlo, el que acopia la mayor cantidad de producción es quien aumenta o baja el precio según su criterio. Se especula por ejemplo, si hay escasez de tomate el precio sube aunque se haya utilizado la misma cantidad de trabajo y esfuerzo para hacer el mismo producto. La disponibilidad del producto determina el alto o bajo precio, esa es una construcción capitalista, que es necesario poner en discusión.

3-Conducción de un mercado distinto al de la estructura capitalista. En las experiencias se intentó romper el molde, reprogramar la producción, por ejemplo producir determinado producto para un grupo de personas. Un ejemplo es la red de comercio de Buenos Aires Puente del sur. Se los abastecía con algunos productos y quisieron comprar tomate seco y ajo, se logró la satisfacción del 75% del pedido, es un ejemplo de cómo se puede reprogramar la producción y se puede aclarar la incertidumbre del mercado.

4-El precio justo. Cómo hacer para que el precio sea justo, útil tanto para el pequeño productor como para el consumidor y que sea accesible también para las personas con bajo poder adquisitivo. El problema, en lugar de decir economía de pobres, es que se piensa en economía para ricos porque quienes consumen los productos de la economía social son la clase media alta, porque son quienes los pueden pagar. Lograr un precio justo y un mercado que vaya sumando otros valores.

5-Construir relaciones directas. Productor - consumidor o cadenas de intermediación más cortas porque al pasar por tantas manos, cada uno le agrega una ganancia. Ejemplo de la red de Mendoza del almacén andante: <http://elalmacenandante.blogspot.com.ar/>

6-Composición del precio del producto. Cómo se incorpora el precio al producto o al servicio. En el sistema capitalista existe un porcentaje que es la ganancia y que varía según el empresario, costos y muchas variables. El trabajo es considerado un costo, la mano de obra para el empresario. En la otra economía el trabajo es un valor que se necesita para producir el producto, esa es una primera diferencia. Cuando se produce en los grupos el precio del producto es para cubrir todos los costos y el valor del trabajo, se paga el trabajo, la discusión es entorno al valor del trabajo. Ejemplo. Los grupos

de conservas, a través del comercio justo como el Almacén andante, hacen un pedido se le envía y se le paga en el momento del siguiente pedido. El Almacén suma un porcentaje al producto que vende, es otro grupo que se paga su propio trabajo y lo definen desde el flete, teléfono, etc. no hay precio mayorista o minorista es el mismo precio.



Procedimiento que se realiza para obtener el precio de un producto.

En una planilla se anotan todas las tareas que se realizan, las horas que trabaja cada una de las integrantes y el total de horas de trabajo que se dedicaron ese día para elaborar el producto. También, cuántas botellas de jugo se produjeron y cuánta fruta, envases y tapas se utilizaron. Además se anotan las roturas o fallas. A partir de esos datos se conversa y se calcula el precio entre todos.

En el ejemplo, se deduce el costo de 74 unidades: por un lado los insumos duros - las botellas y las tapas -: 74 unidades x \$3,35 (botella y tapas): \$148 aproximadamente.

La fruta: 7 cajas en promedio para el total de unidades, se acordó un precio de las 7 cajas \$315 pesos.

Las horas de trabajo: 20 horas totales, como promedio, entre todas las integrantes para las 74 unidades. Cada grupo discute el precio de su hora de trabajo, en este caso se decidió \$30 la hora. La cantidad de horas por \$30: 600\$.

Planilla de producción/participación

PLANILLA DE PRODUCCIÓN / PARTICIPACIÓN

INTEGRANTES / HORAS									TOTAL hs	Botellas producidas	Fruta utilizada	Botellas	Tapas	(Fallas) Observaciones
FECHA	SOLE	ROSANA	SOFI	MAIRA	LUCI	MARÍA	TANIA	GISE						
28/2	4	4	4	4	4	---	---	---	20	74	7 cajas	74	74	una
4/3	3	3	4	3	4	---	---	---	17	74	7 cajas	74	74	una
6/3	3	3	3	3	3,5	---	---	---	15,5	74	6 cajas	74	74	una
11/3	3,5	4	4	3,5	4	---	---	---	19	74	6,5 u	74	74	1 Botella foto
17/3	4,5	4	4	4,5	---	4,5	---	---	21,5	74	7 u	74	74	una
 									 	 	 	 	 	
21/3	2	2	---	2	2	2	2	---	12	74	3 cajas	74	74	una destapar
 									 	 	 	 	 	
27/3	4	4	4,5	4,5	4,5	---	---	---	20,5	74	3 caj	74	74	una
17/4	3	4	3	3	4	---	---	---	17	74	7 caj	74	74	una
20/4	6	6	6	6	6	---	---	---	30	111	11 caj	112	111	una
21/4	4,5	4,5	4,5	4	4,5	---	---	---	21,5	74	7 caj	74	74	una

El costo del gas y la luz se incorporó, con un ajuste, a las horas de trabajo, se contabilizó menos de \$20.

La suma general \$ 1.163 y luego se divide por la cantidad de botellas: 74: \$15,70. Se decidió agregar un porcentaje de reinversión (para la compra de botellas) y se redondeó en \$16,50.

Este precio de \$16,50 en comparación con el jugo del supermercado (Cepita) pareció adecuado. Siempre se da la comparación con el mercado capitalista como una referencia.

Se tiene consciencia sobre las cuestiones de las vacaciones, jubilaciones, costos fijos.

Los \$16,50 de cada botella: el 49% es para pagar el trabajo, el 20% el costo de los envases y tapas, el 25% la uva y el 6% para reinversión. En otros productos, según la materia prima, queda un porcentaje mayor para pagar el trabajo que para los costos externos.

Más información en anexo: Cartilla de composición de precio.

7-La valoración del trabajo. En la otra economía cada integrante valora su propio trabajo, sin trabajo no hay producción. En el sistema de producción capitalista, hay apropiación del valor del trabajo ajeno, relaciones de dominación, individualismo y competencia. Además, el conocimiento formal tiene más peso que el conocimiento popular. En la construcción de otra economía las relaciones humanas son de igual a igual sobre la base de una definición colectiva, valores de cooperación y de solidaridad de las relaciones, la hora y el tiempo de trabajo. Todos los conocimientos son importantes, no hay jerarquía sino distribución de roles. Igualdad de derechos entre hombres y mujeres, incluye las cuestiones de género. Son las mujeres las que más participan en los emprendimientos y la idea es que en los jóvenes no se repita esto. No es un proyecto de género, sino que se trabaje esta temática en los mismos grupos.

8-Calidad del producto. Se garantiza con la forma de manejo en cada grupo. Lo más importante para obtener la habilitación es la infraestructura. La idea es poder vender en las escuelas tomates, duraznos, verduras, etc. Crecer y lograr la infraestructura necesaria, revisar las normativas, la idea es avanzar porque a medida que se aumenta el volumen sin contar con mejores condiciones cambia la productividad. Por ejemplo, el vino tiene una normativa para la elaboración casera, está habilitado pero con una normativa especial y se puede vender con otra categoría.

9-El valor de uso. En la economía capitalista se pierde el valor de uso de la producción, se desconoce para qué será usada la producción. Por ejemplo, los granos de maíz si serán usados para alimentar o para qué. Se desprende el valor de uso y se queda con el valor de cambio, es decir con el dinero que me va a retornar, es parte del modelo capitalista. Las industrias no piensan en quién va a consumir, sino en el dinero que les retribuirá. La otra economía piensa al revés, se relaciona con toda una experiencia de vida, esa producción identifica a la persona que produce.

10-La relación con la naturaleza. Es importante analizar esta relación en cualquier sistema económico. En el capitalista prevalece la idea de explotación de los recursos de la naturaleza para que el hombre los aproveche, por eso el uso de agroquímicos, la concentración de la semilla, el alto consumo de insumos externos. Primero está la acumulación de capital y luego está la vida. Es diferente lo que se plantea en un sistema productivo donde el hombre se identifica con la naturaleza y vive en el mismo lugar donde produce, no se daña el lugar, por el contrario se trata de cuidarlo porque es su vida, su hábitat. Tiene que ver en cómo se piensa la economía, en relación con la agroecología, la escala de producción es más pequeña y los residuos los absorbe el mismo sistema, se reciclan y no se produce contaminación.

La idea de la escala, tiene que ver con un concepto amplio, que contiene otras variables. En el caso del grupo que produce jugo casero, no se piensa en evolucionar en una gran industria. Es un espacio productivo adecuado a una finca de 6 hectáreas. En todo caso se verá la posibilidad de hacer ese modelo en otro lugar. Usar tecnología apropiada en una escala que permita una relación perdurable, que en esa finca se pueda seguir cultivando manzanas y uvas agroecológicas y quienes desarrollen la



experiencia también puedan vivir bien. Por otro lado no se usan insumos químicos para el pelado de la fruta entonces, el agua puede usarse para el riego y así se cierra el ciclo energético.

11-Los actos económicos. Comprar, vender, acumular eso es economía en el sistema capitalista, el resto no. Desde la economía social hay mayor cantidad de actos económicos en la relación entre los seres humanos y con la naturaleza para la satisfacción de las necesidades. Todos esos actos son económicos. La forma tradicional de obtener la casa propia es mediante el dinero, comprar el terreno o la casa hecha. En este otro sistema son actos económicos por ejemplo una reunión, un espacio de interacción social, donde se logra un entendimiento y acuerdo, se satisface esa necesidad, no se compra ni vende nada. Después se logra el terreno, se acondiciona y se empieza a proyectar la casa propia. Es un camino para satisfacer las necesidades de subsistencia: tener la casa. Y no se compra ni vende nada. La necesidad de identificarse con cosas, con modelos. Los conflictos son actos económicos. Después de un tiempo, sale una nota en uno de los diarios de la provincia y eso también tenía que ver con la construcción de la identidad. Todas estas cosas son para nosotros actos económicos, porque son necesidades a satisfacer. Hay gente que cree que si no tenés la guita no las vas a poder satisfacer. Y nosotros creemos que es algo que también hay que tenerlo en cuenta. Es lo que pasa en las ferias y grupos. Van a las ferias a buscar otras cosas. Y eso es satisfacer necesidades y es acto económico.

13-La participación social y la construcción política. En la actualidad las personas son objetos más que sujetos de las políticas. Desde la economía social se promueve el ser sujetos de las políticas, originar ordenanzas y leyes es un avance. Estos actos son una construcción política no partidaria. Desde la experiencia esa construcción política se realiza desde un colectivo cada vez más amplio. Solos no se tiene la fuerza para cambiar una normativa, hay que unirse con otros colectivos de la economía social que están en el territorio para construir recursos y reivindicaciones. Lo contrario de esta construcción es ser objeto, recibir la bajada de línea sin poder ponerla en discusión. Entender que la política y la participación social son mucho más amplias que un partido o una agrupación política. Son diferentes actores en tensión, pero no es que uno tiene mayor validez política que otro. La economía social como construcción política. El grupo Crece desde el Pie logró la personería jurídica, no tenía ninguna figura legal y mediante la institucionalidad del INTA ante el Concejo deliberante se logró la posibilidad de vender cualquier derivado de la granja. El día que se pueda faenar con el marco de la ordenanza será otra etapa.

Fin presentación.



Para reflexionar junto con nuestros equipos de trabajo:

En las experiencias que acompañamos en el territorio cómo se destacan/identifican o resaltan algunos de los ejes de la Economía social, según las entendemos desde nuestro lugar.

Construcción del mercado	Composición del precio del producto o servicio
Relación con la naturaleza	Relaciones humanas
Actos económicos	Valor de uso de lo producido
Participación social y construcción política	Otros
Desafíos	Condicionantes

COMERCIALIZADORAS DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

FEDERACIÓN DE ORGANIZACIONES PRODUCTORAS DE ALIMENTOS –FOPAL
CALLAO 360. PISO 19. CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES
TEL: 54-011-4372-2192
<http://www.cnct.org.ar/2012/09/se-conforma-la-federacion-de.html>
E-MAIL: prensa@cnct.org.ar

COOPERATIVA AGROALIMENTARIA PARA EL INTERCAMBIO REGIONAL –CAPIR-
PRODUCTOS: FRUTI-HORTÍCOLA
OFICINA COMERCIAL: HUMBERTO PRIMO 985 – 8 PISO DPTO 1
TEL. 011-43006920. MERCADO CENTRAL 011-44620437.
E-MAIL: capirar@gmail.com

EL ARCA- PRODUCTOS: ALIMENTOS, ARTESANÍAS, TEXTIL
PROVINCIA DE MENDOZA. TEL.: 0261 - 4374384
PÁGINA WEB: <http://www.elarcamendoza.com.ar/>
E-MAIL: comercializacion@elarcamendoza.com.ar

COLECTIVO SOLIDARIO – PRODUCTOS: VERDURAS, QUESOS, PASTAS, LIMPIEZA
BUENOS AIRES, MERCADO BONPLAND.
<http://www.colectivosolidario.org/>
E-MAIL: info@colectivosolidario.org

PUENTE DEL SUR - PRODUCTOS: ALIMENTOS, LIMPIEZA, TEXTIL
ÁREA METROPOLITANA DE BUENOS AIRES
TEL.: 011-1551076053
<http://puentedelsurcoop.com.ar/>
E-MAIL: puentedelsurcoop@gmail.com

IRIARTE VERDE – PRODUCTOS: ALIMENTOS, ALIM AGROECOLÓGICOS, JABÓN
CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES
TEL.: 011 43019710
<http://www.iriarteverde.com.ar>
E-MAIL: pedidos@iriarteverde.com.ar

JEPE´A – PRODUCTOS: ALIMENTOS
TEL.:0114958-0679
<http://www.jepea.com.ar/>
E-MAIL: info@jepea.com.ar

ANEXO

CARTILLA DE COMPOSICIÓN DE PRECIOS

El objetivo de esta cartilla es poner en discusión cómo conformamos el precio de los productos a partir de criterios tomados de experiencias de trabajo colectivo y autogestionado.

Introducción

A diario compramos productos, bienes, servicios sin saber realmente quiénes lo produjeron, cuánto costó hacerlos, dónde se hicieron, ni cómo llegaron al almacén. En la góndola del supermercado compiten los precios en una carrera sin fin donde impera la competencia. Poco sabemos de estos productos.

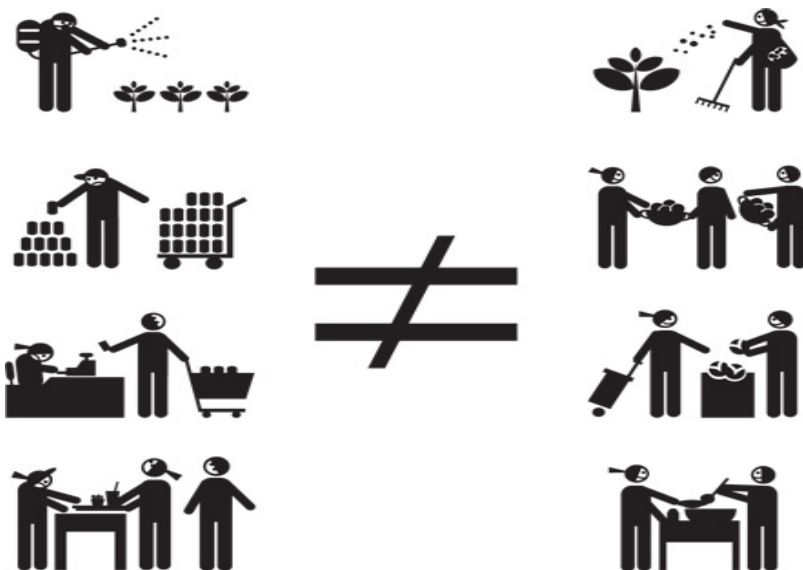
Nos preguntamos entonces: ¿cómo se decide el precio de un producto?, ¿quién lo define?,

¿cómo se cuenta el trabajo incorporado en él?

Rápidamente repasamos que para hacer un producto se necesitan máquinas o herramientas para producirlo, los materiales necesarios para hacerlo, trabajadores que los hagan, un lugar físico con ciertas condiciones.

En esta cartilla vamos a desarrollar estos y otros elementos partiendo de una idea central:

Cada producto contiene decisiones en cada uno de sus pasos de elaboración, donde cada decisión está directamente relacionada con la posición política de los productores, siendo parte y fortaleciendo a un determinado modelo económico.



Como productores, vamos a tener que tomar decisiones, y la mayoría de ellas van a incidir directa o indirectamente en las personas que reciban el producto de nuestro trabajo. Las decisiones van a estar en los materiales que le

brindan mayor o menor calidad al producto, en la manera en que se realice el proceso productivo, en la organización del trabajo, en la conformación de los precios de los productos, entre muchas otras.

Por ahora nos vamos a concentrar en las elecciones que podemos hacer al conformar el precio de lo producido.

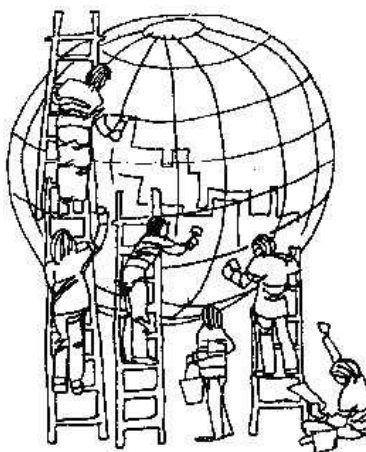
Composición de precios

La composición de precios es una forma de determinar el precio de un producto.

La idea de fondo es que el precio refleje EL TRABAJO que lleva producir cada producto. Es

una forma que se opone a la del capitalismo, que determina sus precios por oferta y demanda sin tener en cuenta el costo de producción y está lleno de especulaciones y ganancias del capitalista dueño de los medios de producción.

Por lo que la composición de precio es una forma de ver el mundo, una manera de organizar la economía y la producción. Es una decisión política y contiene un alto grado ideológico.



La composición del precio de un producto, debe ser justa. Es decir que debe contener todo lo que significó realmente ese producto. Esto no está en el aire, sino que está en un contexto determinado, que va a influir de alguna manera en la composición.

Ahora bien, en el mercado convencional, que tiene una lógica de especulación y acumulación, existen otras formas de pensar los precios, que no guardan relación real con el producto. Esto lo vamos a conversar un poco más adelante.

Algunos criterios a tener en cuenta para la conformación del precio:

Hay algunas cuestiones que tienen que estar claras para realizar la composición del precio.

Primero y principal saber con la mayor precisión posible los costos de los materiales e insumos que se van a utilizar en la producción.

Luego saber qué gastos "indirectos" vamos a tener. Por ejemplo el pago de impuestos, alquiler, etc. que luego se distribuirán en toda la producción mensual.

También debe estar consensuado en el grupo,

el valor de la hora de trabajo. Este es uno de los puntos más delicados a trabajar en el emprendimiento, ya que muchas veces es difícil poder establecer la productividad real del emprendimiento (o sea, cuánto se produce por hora), otras veces se tiende a disminuir mucho este valor, con el fin de disminuir el costo del producto, o se aumenta desmedidamente con la idea de tener más "ganancia". Este es un valor que debemos tratar de "fijar" con la idea de llegar a un sueldo digno y estable en el tiempo.

Entonces distinguimos:

a) costos que varían con la cantidad de producción:

- Insumos (materia prima y materiales)
- TRABAJO (mano de obra medido en horas de trabajo)

b) costos que NO varían con la cantidad de producciones Medios de producción

- Gastos fijos (alquiler, impuestos, etc)
- Comercialización
- Otras variables.

c) costos de proyección:

- Costos de reinversión

a) Costos que varían con la cantidad de producción:

INSUMOS (materia prima y materiales):

En esta categoría tenemos a los elementos que van a estar presentes en el producto terminado. Lo que se ve, lo que está. Reconocemos dos tipos de insumos

- **materia prima:** son los elementos que van a estar presentes en el producto terminado pero que han sufrido transformaciones por el trabajo. Así por ejemplo, en el caso de producir conservas tenemos: fruta o verdura, azúcar, etc
- **materiales:** son los elementos que van a estar presentes en el producto terminado pero **NO** han sufrido transformaciones por el trabajo. Por ejemplo bolsas, frascos y cajas que protegen el producto.

Además tenemos dentro de la categoría de insumos los materiales que no van a estar en el producto final, pero que se utilizaron durante el proceso productivo. Por ejemplo: guantes para cuidar las manos de productos dañinos a la piel, cuchillos, fuentones, etc.

TRABAJO (mano de obra medido en horas de trabajo)

El trabajo es la energía humana dedicada a la elaboración de un producto.

A esto hay que asignarle un valor para que esté presente en la composición de precio. Existen diferentes formas de medir la mano de obra, una de ellas es medir el valor del trabajo en tiempo; es decir, el grupo de trabajo pone un valor a la hora de trabajo. Cada producto debe contener para este caso, el valor del tiempo invertido en él.

Por ejemplo, si decidimos que \$10 es el valor de la hora de trabajo y en una hora hacemos dos frascos de duraznos en almíbar, cada frasco contendrá en su valor \$5 de mano de obra.



Un criterio muy importante a tener en cuenta es que el valor del trabajo es el mismo para diferentes tareas. Es decir, que ninguna labor vale más que otra, ya que son tareas imprescindibles para la realización del producto. Esto surge debido a que está establecido en la sociedad de la competencia, que las labores "intelectuales" son merecedoras de mayor valor que las tareas "manuales", como si lo intelectual tuviera mayor importancia en el proceso productivo. Una idea por más buena que sea, no nos lleva a ningún lugar, si no existen manos que la hagan real.

Pueden haber otras maneras de contabilizar el valor del trabajo, lo que debe tenerse presente es que esto no implique de modo alguno que se desvalorice el trabajo y el esfuerzo puestos en la producción, y que tampoco se cometa un abuso con el consumidor, cobrando un valor desmedido e irreal por lo producido.

b) costos que NO varían con la cantidad de producciones

MEDIOS DE PRODUCCIÓN

Nos referimos a las herramientas y maquinarias que necesita el grupo para funcionar. Éstos pueden tener diferentes grados tecnológicos, y ahí es donde podemos distinguirlos según su complejidad técnica. Aquí entra desde una olla, hasta una computadora. Estas máquinas precisan, primeramente ser pagadas con el funcionamiento del grupo, y por otro lado tener la posibilidad de recibir el mantenimiento necesario para que funcionen de forma adecuada. En nuestro ejemplo, podremos tener como maquinarias una descarozaadora. Esta máquina necesita tener un buen filo para poder realizar un buen trabajo, por eso va a tener que estar siempre con la cuchilla bien afilada, y deberá ser cambiada en un plazo determinado.

Este es un valor que se debe proyectar en las producciones donde va a estar involucrada cada máquina. Muchas veces, son años de funcionamiento, otras son sólo unas pocas producciones, según sea el caso.

GASTOS FIJOS

Este ítem habla de impuestos en general. Desde el alquiler del lugar de trabajo, hasta los servicios de luz, agua, gas, impuestos municipales, etc. También debe tener en cuenta posibles refacciones del lugar de trabajo o simple mantenimiento y limpieza.

Por lo general este tipo de gastos se denominan "gastos fijos" ya que no varían con la producción. Es decir, si tenemos un alquiler de \$500 mensuales, no va a variar si la producción mensual es de diez frascos de duraznos o de mil frascos. El alquiler va a seguir siendo de \$500 en ambos casos.

Otra particularidad de este ítem es que se distribuye en todos los productos realizados durante ese mes. Entonces el valor disminuye en cada producto a medida que aumenta la producción mensual. Es decir, si hacemos diez frascos, cada frasco deberá tener \$50 sólo de alquiler; pero si hacemos mil frascos de durazno, cada uno contendrá \$0,50.

COMERCIALIZACIÓN

Al igual que la producción, la comercialización también requiere de esfuerzos y energías que deben considerarse. Ya sea que el propio grupo comercialice, o bien que se le entregue a alguien más que realice esta tarea. Un criterio que manejamos como productores, es que el precio final de comercialización de los productos debe ser el mismo en distintos puntos de venta. Además que este valor de comercialización, no debe ser mayor que el propio valor de producción del producto. Aproximadamente, entre el 20% y el 30% del valor final del producto, debería alcanzar para realizar el trabajo de comercialización.

Otras Variables:

Servicios externos: muchas veces los productos necesitan de algún trabajo que el propio taller no puede realizar. Para esto se acude a sitios que se especialicen en cada tarea. Por ejemplo, si en nuestros productos ponemos etiquetas impresas, pero a la vez no contamos con una impresora, se deberá acudir a un lugar que nos realice este trabajo.

Difusión: muchas veces es necesaria una difusión ya sea del proyecto productivo, o de los productos en sí mismos. Esto va implicar gastos en folletos, carteles, diseños, cuñas radiales o audiovisuales. Estos gastos deben tenerse en cuenta en la composición del precio del producto, o bien suponer que el aumento de las ventas genera un ingreso mayor que logra cubrir estos gastos anticipados a las ventas.

La difusión puede tener varios objetivos, uno de ellos es aumentar la cantidad de productos que se venden. También puede tener objetivos políticos, en sentido de difundir una determinada manera de comercializar o de producir. No siempre la intención es vender más.

También en la conformación del precio pueden haber **otras variables**, que van a ir acorde a la realidad de cada grupo en particular.

Es muy probable que no todos estos ítems estén incorporados en todos los productos, ya que no en todos los casos las condiciones de producción son las mismas.

El ejemplo de los duraznos en almíbar de *Las Tomasas*

Estos son los costos que tuvimos en al temporada 2012 para producir 306 frascos de duraznos en almíbar:

Costos variables	INSUMOS	Materia prima	Duraznos	\$475
			Azúcar	\$220
			Gas	\$30
		Materiales	Frascos	\$505
			Tapas	\$195
	TRABAJO	128 horas de trabajo a \$15	\$1.920	
Costos fijos	REINVERSIÓN	Para comprar más frascos la próxima temporada	\$306	
TOTAL				\$3651

Entonces: 3.951 lo dividimos en 306 y nos queda un valor de \$12 el frasco de durazno en almíbar.

Para llegar a esto hicimos planillas donde registramos las horas trabajadas por cada una de las integrantes, cada día de elaboración y los gastos en insumos.

En este producto en particular, el precio había quedado bastante bien comparado con el precio de la gran industria (precio en supermercado), por lo cual agregamos el costo de reinversión. En otros productos que elabora el grupo, como la salsa de tomate no incluimos este costo, porque el precio en relación al del mercado capitalista es muy superior.

El Precio de cada producto: un acto político

La elección de lo que va en el precio de cada producto, es un acto totalmente político, ya que en este momento tomamos varias decisiones que involucran a otras personas y puede afectar la realidad concreta y simbólica de los demás.

Por varias razones se expone esta idea. Una de ellas es que creemos en que las "relaciones comerciales" son en todo momento "relaciones sociales", es decir "relaciones humanas". Por lo que deben primar valores de colaboración y confianza entre las personas. No es posible construir una sociedad basada en la desconfianza y el engaño, como ocurre en el comercio tradicional, donde el comprador es solamente una fuente material de riqueza, de la cuál debemos aprovecharnos insensiblemente. Por un lado porque la relación entre quien compra y vende es un "intercambio de necesidades", que se suplen mutuamente, y no una competencia para aprovecharse inhumanamente de otros.

También decimos que es un acto político, ya que se decide entre dos formas distintas de proyectar una sociedad: una basada en la transparencia y la solidaridad; mientras que otra está basada en el ocultamiento y en la competencia. El modo de producción tradicional necesita presentar cada producto como un objeto sin historia, un objeto por si mismo. Pero la verdad es que detrás del objeto existieron muchas cuestiones que lo realizaron. Desde los componentes hasta las manos que forjaron. Si olvidamos esto perdemos como trabajadores lo que nos une al producto, ya que cada producto es el reflejo de las mentes y manos que le dieron la posibilidad de existir.

Esto en el mercado tradicional se esconde, dándole un valor al producto por si mismo y negando el proceso histórico que lo constituye como tal. Esta sobrevaloración del producto muchas veces

encubre la explotación que existe sobre el trabajador, y oculta la ganancia de un “dueño” que no trabaja, que no produce, pero que gana dinero a costa del trabajo de otros. Esta es la contradicción de la producción colectiva para terminar en la apropiación individual.

También creemos que es muy importante el poder mostrar y que se sepa explícitamente como esta constituido el precio de cada producto, como una forma de transparentar el proceso productivo y de dar confianza al consumidor.

Muchos de los textos sobre “talleres autogestionados” tienen aportes valiosísimos sobre la organización y el manejo del emprendimiento, pero en este punto, valoran la relación comercial desde el desconocimiento del comprador sobre la composición del precio del producto, como si fuese negativo para la venta el develar la constitución real del valor del producto, olvidando que la persona que compra algo lo hace motivado a la satisfacción de alguna necesidad.

De todas formas, como sabemos, muchas de las necesidades que tenemos como sociedad son creadas por el mercado, pero por un mercado de lucro y ganancias especulativas, por lo que necesitan del engaño y el ocultamiento de las cualidades de los productos hasta los costos reales que llevan.

Nosotros proponemos actuar desde las personas que somos, entendiéndonos en una sociedad que necesita de nosotr@s, como nosotr@s necesitamos de ella. Actuemos coherentemente con nosotr@s, que somos los mismos que padecemos de nuestros engaños, pero también somos las mismas que tenemos la posibilidad de empezar a cambiarlo.





22, 23 y 24 de abril
Villa Gesell, Buenos Aires

Durante el IV Encuentro Regional de Técnicos del Programa ProHuerta del CERBAS tuvimos la oportunidad de contar con algunos invitados que nos interpelaron a reconocer la diversidad y complejidad del enfoque de Economía Social y Solidaria, en función de las distintas dinámicas territoriales que se dan en otro país del MERCOSUR, como Uruguay, así como en la región argentina de Cuyo y también en el sur de la Provincia de Buenos Aires.

Sus presentaciones generaron un rico intercambio con los técnicos del CERBAS, muchos de los cuales acompañan distintas acciones vinculadas con la ESS en los distintos territorios.

Este documento se propone compartir con otros lo que allí sucedió, con la pretensión de aportar al trabajo de los técnicos que acompañan a la Agricultura Familiar y al abordaje de distintas problemáticas, como por ejemplo la comercialización.

Los invito a leerlo.

Cintia Rodríguez, coordinadora provincial Programa ProHuerta (INTA – MDS).
CERBAS - INTA



ISBN 978-987-521-598-6

