

MENDOZA | 2023



# HACIA UNA PROBLEMATIZACIÓN DEL CONSUMO

Economía Social, Solidaria y Popular (ESSyP) en Mendoza

TESINA DE LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA

**María Paloma Linares Rodríguez**

Director: Mgter. Javier Bauzá

Co-directora: Mgter. Gabriela Aguilar



UNCUYO  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE  
CIENCIAS POLÍTICAS  
Y SOCIALES

# Agradecimientos

---

*A Javier, por el amor a la docencia, la sociología vivida con convicción y la confianza.*

*A Gabriela, por animarse a este proyecto, y acompañar desde el cariño,  
la practicidad, la empatía y la paciencia.*

*A mi familia, por los valores transmitidos, por ser sostén y cuidado.*

*A mis abuelas, por el deseo de estudiar.*

*A mis amigas, por la alegría de vivir y las incertidumbres compartidas.*

*A Josefina y a Manuel, futuros colegas y grandes amigos, por enseñarme el  
significado de la palabra equipo y navegar juntos las contradicciones en este camino.*

*A Pablo, por su enorme generosidad.*

*A la Universidad Nacional de Cuyo, por abrir y posibilitar.*

*A todas las personas que forman parte de la Economía Social, Solidaria y Popular de  
Mendoza, por animarse a pensar y crear otras formas posibles.*

# Índice

Introducción .....	5
Metodología.....	8
Capítulo 1: descripción de la Economía Social, Solidaria y Popular de Mendoza .....	16
1.1 Contexto internacional y modernidad líquida .....	16
1.2 Diagnóstico territorial: situación económica y social de Mendoza .....	19
1.3 Qué es la Economía Social, Solidaria y Popular .....	32
1.3.1 Conceptualización e historia de la Economía Social y Solidaria .....	32
1.3.2 La Economía Social como subsistema.....	34
La escuela europea.....	35
Orígenes de la Economía Social para la escuela europea .....	35
Orígenes de la Economía Solidaria para la escuela europea .....	38
La escuela latinoamericana.....	39
1.3.3 La Economía Popular: una aproximación .....	43
1.3.4 La Economía Feminista.....	47
1.4 La Economía Social, Solidaria y Popular: hacia una convergencia .....	53
1.5 El circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular en Mendoza .....	56
1.5.1 Surgimiento de la Economía Social, Solidaria y Popular en Mendoza .....	56
1.5.2 La Economía Social, Solidaria y Popular en datos: Argentina y Mendoza ..	60
1.5.3 Por qué hablamos de circuito .....	70
Capítulo 2: Problematización del consumo y soberanía alimentaria .....	79
2.1 Consumo: una definición sociocultural .....	79
2.2 Consumo de alimentos .....	83
2.3 Consumo en la Economía Social, Solidaria y Popular.....	89
2.3.1 Aumento de la demanda por parte de los consumidores.....	93
2.3.2 Papel del consumo dentro de la ESSyP .....	94
2.3.3 Uso de agroquímicos en la producción de alimentos.....	95

2.3.4 Soberanía alimentaria .....	96
Definiciones de soberanía alimentaria por actores de la ESSyP mendocina .	101
¿Cómo se relaciona la soberanía alimentaria con la Economía Social, Solidaria y Popular?.....	102
2.3.5 Sectores que consumen productos de la ESSyP .....	104
2.3.6 Factores estructurales que dificultan el acceso al consumo ESSyP .....	106
Distancia geográfica.....	107
Escasa variedad en la oferta .....	108
Precios.....	108
Formas de pago .....	109
Rapidez para comer, hiperproductividad del sistema .....	110
Desconocimiento.....	111
Problemáticas de las organizaciones y rol del Estado .....	112
2.3.7 Factores estructurales que posibilitan el consumo de productos de la ESSyP .....	112
Capítulo 3: Estrategias de comercialización para la promoción del consumo en la ESSyP .....	114
3.1 Estrategias existentes .....	115
3.2 Modificaciones y propuestas de nuevas estrategias .....	121
Alianzas entre comercializadoras y estrategias conjuntas .....	122
Articulación de distintos actores de la ESSyP mendocina .....	122
Encuentro con los consumidores .....	123
Apertura a otros sectores con eje en lo local.....	123
Difusión y publicidad .....	125
Preparación y capacitación de los equipos técnicos.....	126
Ventas al Estado y a instituciones.....	127
Capítulo 4: Intervención del Estado en el circuito de la ESSyP de Mendoza .....	130
4.1 Intervenciones estatales existentes, falencias y problemáticas .....	145
Planes, programas y proyectos nacionales .....	145

Planes, programas y proyectos provinciales .....	149
Compras públicas .....	150
Legislación (nacional y provincial).....	154
4.2 Propuestas de modificaciones y/o nuevas intervenciones estatales.....	157
Conclusiones .....	162
Referencias bibliográficas.....	167
Anexos .....	178
Guía de entrevista Consumidores.....	178
Guía de entrevista Agentes estatales (funcionarios del Estado que trabajan en áreas de ESSyP) .....	180
Guía de entrevista Referentes de comercializadoras .....	183
Mapeo de actores (Figura 6).....	186

## Introducción

En las últimas décadas del siglo XX y el comienzo del siglo XXI, se sitúa, a nivel mundial, el origen de un nuevo orden político, económico e ideológico globalizado con anclaje en las telecomunicaciones, la tecnología y las finanzas. Tras la caída del Muro de Berlín en 1989 y la disolución de la URSS en 1991, Estados Unidos aparece como el principal detentador del poder mundial, a la vez que surgen, paulatinamente, disputas de poder de la mano de nuevas potencias. El nuevo orden mundial (basado en el Consenso de Washington, y luego en el Consenso de las Commodities) ubica a América Latina y a Argentina en un lugar marginal respecto al resto de los países, erigiéndose como economías adaptativas en la división internacional del trabajo y dedicadas centralmente a actividades económicas primarias (agricultura, minería y explotación de hidrocarburos) (Svampa, 2013).

A nivel social, el deterioro de la sociedad salarial y las condiciones de ordenamiento e integración que ella definía (Castel, 1997), constituyen en nuestra historia reciente la puerta de entrada a grandes cambios en el trabajo y en la calidad de vida de las personas, caracterizada principalmente por la informalidad, la precariedad, la inestabilidad y la anomia.

En nuestro país, las consecuencias de dicho deterioro y la exclusión del mercado laboral empiezan a visibilizarse en la década de los '90 y encuentran su punto cúlmine durante la crisis económica y social de 2001-2002, llegando a niveles de desempleo, pobreza y marginalidad extremas. En este contexto, diversos sectores sociales comienzan a organizarse, generando estrategias de supervivencia y lucha frente a un Estado en retirada.

Entre estos sectores, el campo de la Economía Social, Solidaria y Popular (ESSyP) aparece como central, agrupando pequeños productores, campesinos, organizaciones sociales, clubes de trueque, cooperativas, mutuales, uniones vecinales y asociaciones que se organizan y resisten ante la devastadora crisis, fomentando la generación de trabajo digno y la integración social a través de la cooperación y el fortalecimiento de los lazos solidarios. Asimismo, busca incidir en las discusiones sobre el modelo de desarrollo vigente y erigirse como promotor y defensor de los bienes naturales y la biodiversidad. Dentro de este gran campo, surgen redes de comercialización, ferias populares y mercados, que buscan acercar a productores y consumidores, fomentando el comercio justo y el acceso a alimentos de calidad.

En Mendoza, existen actualmente numerosas comercializadoras y ferias de alimentos de la Economía Social, Solidaria y Popular con diferentes grados de organización y trayectoria. Estas comercializadoras cobraron especial relevancia en el contexto de pandemia del COVID-19, habilitando circuitos de consumo y lógicas de venta diferenciales a los de las grandes empresas y cadenas de supermercados de la industria alimentaria argentina (Jurado, 2020). Sin embargo, el consumo dentro de este campo no ha sido vastamente estudiado para el caso provincial, y es, en este sentido, que buscamos realizar un aporte con la presente investigación.

Consideramos que, en una época marcada por una globalización creciente y explotación capitalista desmedida, preguntarnos qué consumimos, a quienes le compramos, quiénes tienen acceso a alimentos sanos y de calidad y qué posibilidades reales de consumir productos que encarnan procesos colectivos, solidarios, políticos, militantes e identitarios existen, resulta imprescindible. Sostenemos que el consumo puede habilitar prácticas más justas e igualitarias, basándose en un intercambio equitativo para todas las partes implicadas en el proceso económico.

En relación a ello, se observan ciertos cambios en la matriz de consumo en los mercados a nivel global que tienden hacia un consumidor más responsable y consciente. Sin embargo, entendemos que es fundamental estudiar dichos comportamientos desde una perspectiva sociológica, enlazándolos a aquellos factores estructurales que posibilitan este tipo de consumo, tales como la posición de un país en la economía mundial, los modelos de desarrollo imperantes, los patrones de consumo, la publicidad, el papel de las grandes marcas, la dependencia económica, la estructura de clases, la división sexual del trabajo y la soberanía alimentaria, entre otros.

Consideramos que la Economía Social, Solidaria y Popular busca distanciarse de la racionalidad económica capitalista, y brinda valiosas herramientas para algunas preguntas centrales: ¿Puede algo básico para la subsistencia -como los alimentos- depender de los intereses y ganancias de pocos grupos? ¿Debe depender de la lógica del mercado? ¿Qué rol asume el Estado en el acceso a alimentos nutritivos y de calidad? ¿Qué estrategias despliegan los diversos actores que forman parte de la ESSyP de Mendoza para promover este consumo? Con la presente investigación, buscaremos aportar a la profundización y análisis de estos interrogantes.

Para ello, como objetivo general, nos proponemos analizar las características que adopta el consumo dentro del circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular en la provincia de Mendoza en la actualidad (junio de 2022- junio de 2023), centrándonos en el rubro alimentario. A su vez, desagregamos este objetivo en tres objetivos específicos:

- 1- Describir el circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular de Mendoza en un marco de problematización del consumo y soberanía alimentaria.
- 2- Identificar las estrategias llevadas a cabo desde distintos espacios de comercialización dentro del circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular de Mendoza para la promoción y/o accesibilidad del consumo.
- 3- Indagar sobre el rol del Estado en el circuito de consumo de la Economía Social, Solidaria y Popular mendocina.

Los capítulos desarrollados siguen el orden de los objetivos. En los capítulos iniciales (1 y 2), desarrollamos el primer objetivo. Mientras que en el capítulo 1 nos proponemos describir el circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular mendocina a través de una reconstrucción conceptual e histórica de su desarrollo y su anclaje en datos estadísticos, en el capítulo 2 nos adentramos en la problemática del consumo, centrándonos en el consumo de alimentos desde una perspectiva de soberanía alimentaria.

Luego, en el capítulo 3, desarrollamos el segundo objetivo del trabajo, profundizando en las estrategias que llevan a cabo las comercializadoras de la Economía Social, Solidaria y Popular mendocina para la promoción del consumo de sus productos. Por último, en el capítulo 4, analizamos el rol del Estado en el campo de la Economía Social, Solidaria y Popular provincial, detallando las políticas públicas y legislación vigentes relacionadas con el fomento del consumo de alimentos regionales y de la ESSyP.

## Metodología

Desde una noción ampliada de metodología, entendemos que involucra diferentes aspectos: los fundamentos epistemológicos del conocimiento, el papel de la teoría y su relación con lo empírico, el rol del/los investigador/es, sus valores y su contexto, el modo en que se establece el recorte de la realidad, las técnicas de recolección y análisis, la confiabilidad de los datos, los alcances de la explicación y la interpretación, las diferencias entre niveles macro y micro, entre otros (Sautu, 1999). El proceso de investigación entonces está atravesado por diferentes dimensiones: una dimensión epistemológica y teórica, una dimensión de la estrategia general construida en base al objeto de estudio y una dimensión instrumental, relativa a las técnicas.

Respecto a lo **epistemológico y teórico**, adherimos a la reivindicación del papel de la abstracción en el proceso de conocimiento frente al empirismo (Marx, 1974), entendiendo que no existe ni es posible una observación directa de la realidad. Lo que el observador ve depende de factores diversos: su estado físico y el funcionamiento de distintos órganos, sus experiencias pasadas, su conocimiento, sus expectativas, su cultura y su educación, entre otros (Chalmers, 2000).

En este sentido, diferenciamos el objeto real del objeto científico. El objeto científico se construye y expresa un sistema de relaciones (Bourdieu, Chamboredon y Passeron, 2013). Sostenemos, en relación a esto, que toda práctica científica implica supuestos teóricos que deben explicitarse, y que los datos se interrogan y se construyen en función de una teoría, o, al menos, de ciertos supuestos centrales (Bourdieu, Chamboredon y Passeron, 2013).

Además, entendemos que el papel de los valores, los intereses y la trayectoria personal del/la investigador/a ocupa un lugar central en la investigación y deben, asimismo, ser explicitados. En relación a ello, destacamos el interés por la producción y el consumo de alimentos vinculado a las problemáticas sociales, políticas, económicas, culturales y ambientales, entendiendo, desde una perspectiva política y jurídica, a la alimentación como un derecho. El entrecruzamiento de experiencias en la trayectoria laboral y educativa de la investigadora fueron construyendo y consolidando la inclinación hacia estas temáticas.

En primer lugar, la realización de Prácticas Sociales Educativas en el año 2019 en una organización social de pequeños productores hortícolas del departamento de Maipú, Mendoza, marcó el inicio de la indagación en las problemáticas agrícolas y rurales de la pequeña producción de alimentos y la organización política asociada a ellas. Luego, el trabajo como encuestadora de una consultora en temáticas asociadas a la Agricultura Familiar y a programas de inclusión rural, en conjunto con la participación en una beca de investigación sobre Extensión Rural (Facultad de Ciencias Agrarias-UNCuyo e INTA) profundizó este interés, ampliándose hacia el conocimiento de la diversidad de actores presentes en la producción hortícola y la incidencia central del Estado en este ámbito.

En el año 2020, la realización de Prácticas Profesionales en el Área de Economía Social del Centro de Referencia Mendoza (Ministerio de Desarrollo Social de Nación) significó una orientación hacia el estudio de la Economía Social, Solidaria y Popular en Argentina y en Mendoza, tanto a nivel disciplinar como práctico, a través de la participación en distintas actividades y propuestas. Asimismo, la colaboración en un proyecto de investigación sobre Obesidad en la Facultad de Psicología de la Universidad del Aconcagua, resultó fundamental para el conocimiento en las problemáticas actuales en el consumo de alimentos desde una perspectiva interdisciplinaria. Por último, la experiencia de movilidad en la Universidad de Alicante, España, consolidó el interés por el estudio del consumo y su desigual acceso en distintos países. Consideramos, a su vez, que los insumos provenientes de las materias electivas cursadas durante la carrera de Sociología resultaron fundamentales para el desarrollo del presente trabajo.

Recuperamos el enfoque no estándar de Marradi, Archenti y Piovani (2012), que engloba diversas formas de investigación cualitativas, cuyo común denominador es la no adopción de los supuestos fundamentales de la visión estándar de la ciencia (desarrollados por las ciencias físicas a partir de los aportes de Galileo Galilei). Estas diversas aproximaciones comparten algunos aspectos fundamentales, como la

preocupación por los problemas de la vida cotidiana, una actitud de escucha frente a la realidad en vez de una limitación a los modelos, métodos y técnicas ya conformados, una orientación descriptiva e inductiva (no se busca verificar hipótesis), una preferencia por los problemas micro o meso, una fuerte importancia del contexto del fenómeno estudiado, una gran consideración de las cualidades y capacidades de los/as investigadores/as en el proceso de investigación (conocimiento previo, flexibilidad, creatividad, intuición, capacidad de análisis) y una sensibilidad hacia el aporte cognoscitivo y los derechos humanos de los sujetos conocidos (Marradi, Archenti y Piovani, 2012).

Es importante mencionar, igualmente, que una de las dificultades o peligros del desarrollo de este tipo de investigaciones se sitúa en caer en una visión anecdótica, pintoresca o “nativa” sobre los hechos (Marradi, Archenti y Piovani, 2012). Por ello, creemos relevante diferenciar el trabajo sociológico en una investigación.

Lahire (2006) explica que la distancia o no consciencia existente entre el *hacer* y el *decir sobre el hacer* que tenemos como sujetos encuentra sus causas en el funcionamiento del mundo social. Por este motivo, a la hora de investigar, el/la sociólogo/a debe tener en cuenta las formas de silenciamiento, negación e inhibición que el mundo social ejerce sobre los actores y ser capaz de preguntar y repreguntar, visibilizar ciertas temáticas, estar atento/a a los escenarios donde entrevista y las posibles consecuencias de ello, integrar diferentes perspectivas sobre un mismo tema e indagar en relación a su marco teórico y las preguntas planteadas. También debe ser reflexivo/a sobre su práctica y atender a los obstáculos epistemológicos (Bourdieu, Chamboredon y Passeron, 2013 y Bourdieu, 2003).

Respecto a la **estrategia general de la investigación**, entendemos que ésta depende del objeto de estudio elegido o el tema a investigar. En la presente investigación, como ya lo mencionamos anteriormente, hemos focalizado el estudio sobre el consumo en el consumo de bienes (excluyendo servicios), y, dentro de ellos, en el rubro alimentario.

Esta decisión metodológica se debe a dos factores principales: por un lado, la trayectoria profesional y personal de la investigadora (ya mencionados), y, por otro, las características del tema a estudiar. Los espacios de comercialización de productos de la Economía Social, Solidaria y Popular provinciales ofrecen en su mayoría alimentos, seguidos de artesanías y textiles. Además, el registro de comercializadoras con el que contamos y en el que nos hemos basado (realizado por el Centro de Referencia de Mendoza del MDSN), reúne a comercializadoras y ferias de alimentos. Si bien algunas

de estas comercializadoras venden también algunas artesanías, vestimenta, productos de limpieza y decoración, la mayoría de su oferta se centra en el rubro alimenticio.

El consumo dentro del circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular no ha sido vastamente estudiado para la provincia de Mendoza, por lo cual, se consideró pertinente realizar un estudio exploratorio basado en una estrategia metodológica cualitativa, con el fin de describir algunas de sus características. Buscamos también analizar y problematizar dichas características, pero sin la posibilidad de realizar un muestreo probabilístico y generalizar los resultados hallados.

Nos basamos en el concepto de “diseño flexible” de Marradi, Archenti y Piovani (2012), que postula que el mismo se presenta dentro de un continuum entre dos polos, formulados ya por Valles: diseño estructurado y diseño emergente (citado por Marradi, Archenti y Piovani, 2012). Los autores explican que, en la práctica, lo que encontramos en la investigación son distintos grados o niveles de estructuración según la cantidad de decisiones previas al contacto observacional con el objeto. Por lo tanto, el diseño de nuestra investigación es flexible, con un grado de estructuración media, pues nos basamos en ciertos supuestos y en una planificación que guiaron la investigación, pero también nos encontramos, durante todo el proceso, abiertos al surgimiento de emergentes y la reformulación de lo planificado por las características de la problemática abordada.

Consideramos, asimismo, que la estrategia cualitativa de triangulación fue la más adecuada para el estudio abordado dadas sus características exploratorias. Por esa razón, en la **dimensión instrumental**, se triangularon técnicas conversacionales y documentales para alcanzar un mayor grado de descripción en la problemática, correspondiéndose con cada uno de los objetivos planteados.

La centralidad de la recolección de datos estuvo puesta en entrevistas en profundidad semiestructuradas (presenciales y virtuales) a consumidores de productos de la Economía Social, Solidaria y Popular y referentes de la ESSyP de Mendoza. Los referentes entrevistados fueron divididos en dos categorías: aquellos que trabajan en áreas de Economía Social dentro del Estado y aquellos que forman parte de comercializadoras de la ESSyP de Mendoza.

Esta decisión metodológica está íntimamente ligada al objeto de estudio. Cuando comenzamos a planificar la investigación, teniendo en cuenta que éste sería un estudio exploratorio y en relación a los conocimientos previos sobre la temática, consideramos

que resultaría más enriquecedor abordar el consumo desde diferentes perspectivas. Por este motivo, buscamos entrevistar tanto a quienes comercializan como a quienes consumen, y, a su vez, entendiendo el rol que el Estado asume en el campo de la ESSyP, pensamos en entrevistar a quienes trabajan en esta temática desde el Estado provincial y nacional. Si bien comprendemos que es necesario un estudio exhaustivo particularizado sobre cada uno de los actores mencionados, sostenemos que, como primer acercamiento, intentar construir una mirada integral con diferentes posicionamientos dentro del campo resultaba adecuado y necesario.

Las comercializadoras de las cuales los referentes forman parte se encuentran enumeradas y caracterizadas brevemente en el *Registro de Mercados, Almacenes, Comercializadoras y Ferias de Alimentos de la Economía Social y Popular de Mendoza*, construido por el Equipo de Economía Social del Centro de Referencia Mendoza del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y practicantes de la Carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNCUYO del año 2022. Este registro fue un insumo central en la tesina.

La selección de entrevistados se llevó a cabo a través de un muestreo intencional, teniendo en cuenta la heterogeneidad y representatividad de los sujetos (Marradi, Archenti y Piovani, 2012). En el caso de los referentes de las comercializadoras, se buscó que formaran parte de espacios de comercialización fijos, que a su vez estuvieran dentro del registro mencionado anteriormente y se situaran en distintos departamentos de la provincia, indicando una clientela diferenciada. Respecto a los agentes estatales entrevistados, la selección se relacionó con la accesibilidad y la representatividad del sector, otorgando especial importancia a la trayectoria de los entrevistados en la temática. Se buscó asimismo que fueran funcionarios nacionales o provinciales (no municipales), debido a que el mayor peso de las políticas estatales destinadas a la ESSyP en términos de financiamiento y recursos humanos se encuentra en dichos niveles de gobierno.

El instrumento de recolección de datos utilizado fue una guía de entrevista que funcionó a modo de esquema, en base a los ejes centrales de la tesina y las preguntas de investigación. Se realizaron tres guías diferenciadas: una para consumidores, otra para referentes de comercializadoras y otra para agentes estatales, con algunas preguntas en común y otras diferenciadas para cada sector.

Estas guías fueron modificándose y refinándose durante el proceso de recolección de datos a partir de la sucesión de entrevistas, las lecturas y análisis en curso, entendiendo

que la guía debe funcionar a manera de recordatorio o ayuda instrumental que cubre los principales ejes o temas centrales de la investigación, pero sin imponer rígidamente las cuestiones a tratar o un orden determinado, evitando que se convierta en un cuestionario (Marradi, Archenti y Piovani, 2012).

Se llevaron a cabo un total de siete entrevistas. La siguiente matriz de entrevistados especifica la institución/organización de pertenencia y la duración y lugar donde fueron llevadas a cabo:

**Tabla 1**

*Matriz de entrevistados*

CATEGORÍA	Institución o comercializadora	Departamento o nivel de incidencia	Orden de realización de la entrevista	Duración	Lugar de entrevista
REFERENTE 1	Mercado Colectivo	Ciudad	1	45 minutos	Sede Mercado Colectivo
REFERENTE 2	El Almacén Andante	Guaymallén	4	50 minutos	Sede El Almacén Andante
REFERENTE 3	El Arca	Ciudad	5	60 minutos	Café ubicado en la ciudad de Mendoza
CONSUMIDOR 1	-	-	2	47 minutos	Oficina céntrica
CONSUMIDOR 2	-	-	3	60 minutos	Virtual
AGENTE ESTATAL 1	CDR Mendoza Ministerio de Desarrollo Social de Nación	Provincia de Mendoza	6	55 minutos	Domicilio particular
AGENTE ESTATAL 2	Dirección provincial de Economía Social y Asociatividad	Provincia de Mendoza	7	55 minutos	Oficina en Dirección de Economía Social y Asociatividad

En el cuerpo del trabajo, las entrevistas están referenciadas a partir de un código que indica a qué categoría y número de entrevistado corresponde cada cita, siguiendo el orden de la matriz elaborada. Para los referentes de comercializadoras, los códigos son R1, R2 y R3. Para los consumidores, los códigos son C1 y C2. Y, para los agentes estatales, las referencias son A1 y A2. Además, los fragmentos de citas estarán indicados con cursiva y entre comillas, con el fin de diferenciarlas de las citas textuales del marco teórico.

Además de las entrevistas, se consultaron documentos, bibliografía y leyes como fuentes secundarias, con el fin de referenciar la investigación y ampliar el mapa de la Economía Social, Solidaria y Popular mendocina. Asimismo, a fin de complementar la información desde la territorialidad, garantizar una recolección de datos confiables y exhaustivos y lograr una contextualización más completa, se desarrolló un diagnóstico sobre la situación económica y social de Mendoza en base a la Encuesta de Condiciones de vida 2021 (DEIE).

Respecto a las técnicas de análisis de datos, nos basamos en el método comprensivo formulado por Taylor y Bogdan (1987), que combina supuestos de la teoría fundamentada de Glasser y Strauss y la inducción analítica. El software informático Atlas Ti sirvió como soporte para el análisis de las entrevistas y los documentos, comparándolas a su vez con lo recabado en fuentes secundarias y el diagnóstico territorial mencionado anteriormente.

En el desarrollo de la investigación, las fases de elaboración teórica, recolección de datos y análisis se construyeron de manera interrelacionada, lo que explica que, en el cuerpo del trabajo, haya referencias a las entrevistas desde los primeros apartados, si bien los aportes sustanciales provenientes de las entrevistas y su correspondiente análisis se extienden y profundizan a partir del capítulo 2.

Finalmente, cabe mencionar algunas de las principales limitaciones de la investigación y el muestreo, relacionadas principalmente con el tiempo y accesibilidad de la misma, que impidió la realización de una mayor cantidad de entrevistas.

Por un lado, la investigación se centró más en Economía Social y Solidaria que en Economía Popular, que presentan algunas diferencias, aunque las hayamos tomado conjuntamente. Esto se debió a que el surgimiento de las comercializadoras del sector (base de la investigación), se relaciona más con la Economía Social y Solidaria que con la Economía Popular. Además, no hemos analizado el consumo proveniente de la venta ambulante o callejera, que forma parte del sector de la Economía Popular. Estas limitaciones indican que el presente trabajo, si bien brinda algunas pistas respecto a las características del consumo de la Economía Popular mendocina, debe ampliarse y estudiarse en profundidad.

Por otro lado, la investigación estuvo sesgada respecto a la distribución departamental y el área urbana. Los hallazgos entonces son válidos para el Gran Mendoza, no así para otros departamentos como San Rafael, Malargüe, General Alvear, Santa Rosa o

Tunuyán. Sin embargo, no se restringió la investigación al área metropolitana porque las políticas nacionales y provinciales tienen incidencia en la totalidad de la provincia.

Por último, la insuficiencia de datos actualizados de Economía Social, Solidaria y Popular en la provincia limitó la comparación en los análisis realizados, ya que no se cuenta con una base que represente las dimensiones y características actuales de la ESSyP mendocina.

# Capítulo 1: descripción de la Economía Social, Solidaria y Popular de Mendoza

En la siguiente investigación, buscaremos indagar en el campo de la Economía Social, Solidaria y Popular de Mendoza (en adelante ESSyP) y realizar una problematización del consumo de bienes, centrada principalmente en el rubro alimentario.

Para ello, en este capítulo, comenzaremos describiendo y conceptualizando el contexto internacional, para luego realizar una descripción con variables económicas fundamentales de la provincia y adentrarnos en el gran campo de la ESSyP con su historia y características. Posteriormente, en el capítulo 2, profundizaremos en el consumo como problemática dentro de la ESSyP.

## 1.1 Contexto internacional y modernidad líquida

A nivel mundial, la caída del muro de Berlín (1989) y la disolución de la URSS (1991) significó un reordenamiento de los principales poderes mundiales. Estados Unidos buscó en este marco posicionarse como el principal y hegemónico detentador del poder global. Este nuevo escenario global fue conceptualizado como fin de la historia (Fukuyama, 1992), postmodernidad (Lyotard, 1979) o mundo unipolar en el campo de las relaciones internacionales. Pero, más allá de la denominación, queda claro que, tanto a nivel político, como económico y cultural, se intensificó la influencia

estadounidense, socavando enormemente las perspectivas de desarrollo alternativas a la economía capitalista.

Uno de los hechos fundantes de este período es el Consenso de Washington, término acuñado por Williamson en 1990 para designar un paquete de medidas económicas sugeridas para los países en desarrollo. Williamson entendía que para que las entidades financieras internacionales asentadas en Washington (Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional y Tesoro de Estados Unidos) concedieran créditos y ayuda financiera a estos países, era necesario que se cumplieran ciertos parámetros económicos.

Si bien las medidas que planteó Williamson estaban pensadas para todos los países en vías de desarrollo que circulaban dentro de la esfera de los organismos financieros multilaterales (OFM), lo cierto es que la cercanía de América Latina y sus experiencias de desarrollo fallidas en materia económica provocaron que esta región estuviera mucho más permeable a la ayuda de los OFM con las condiciones descritas por el Consenso de Washington. Y, que, por lo tanto, implementara durante la década de los '90 muchas de estas prescripciones, con distintos grados e intensidades (Morandé Lavín, 2016). Luego, según explica Morandé Lavín, el término Consenso de Washington se popularizó hasta el punto de entenderse como sinónimo de neoliberalismo.

Las décadas de 1980 y 1990, marcadas por un gran deterioro de la sociedad salarial y las condiciones de ordenamiento e integración social que ella definía (Castel, 1997), constituyen en nuestra historia reciente la puerta de entrada a una época de grandes cambios en el trabajo y en la calidad de vida de las personas, caracterizada principalmente por la informalidad, la precariedad y la anomia.

En Argentina, las medidas promovidas por los OFM se cristalizaron en los gobiernos de Carlos Saul Menem (1989-1995/1995-1999), aunque sus orígenes pueden situarse en la última dictadura cívico militar iniciada en 1976.

Luego del Consenso de Washington (centrado en la valorización financiera), América Latina realizó un pasaje al “Consenso de las Commodities”, un nuevo orden político-ideológico y económico, basado en la suba de precios de las materias primas y bienes de consumo (productos semielaborados o industriales) demandados por los países centrales y las potencias emergentes (Svampa, 2013). En este escenario, América Latina se situó como productora de productos alimentarios (maíz, soja, trigo), hidrocarburos (gas y petróleo) y metales y minerales (oro, plata, cobre, estaño, zinc, bauxita). Este nuevo orden ha significado simultáneamente un importante crecimiento

económico y de las ventajas comparativas, así como un aumento de la conflictividad social, económica y político-cultural y las múltiples desigualdades y asimetrías, dando lugar a discusiones sobre el modelo de desarrollo y las fronteras mismas de la democracia (Svampa, 2013).

A nivel mundial, las etapas explicadas se nombran de diversas formas según el autor y la perspectiva que la aborde: modernidad líquida, posmodernidad, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, etc. (Lechner, 1990). En esta investigación tomaremos el concepto de modernidad líquida (Bauman, 2000), pues la consideramos pertinente en lo relacionado al consumo.

Zygmunt Bauman ubica a esta etapa como posterior a la modernidad que conocemos. La modernidad clásica o industrial, íntimamente ligada al papel del trabajo dentro de la sociedad (Roche Cárcel, 2013), a la estabilidad, a la previsibilidad y a la certidumbre de las instituciones sociales (familia, economía, religión, salud, etc), puede ser caracterizada como sólida. Las instituciones de esta modernidad no variaban demasiado en el tiempo y en cambio ofrecían a los sujetos un marco de orden y seguridad para la vida (aunque con defectos y carencias, claro está).

Sin embargo, según Bauman, hoy acudimos a un presente de modernidad líquida, en muchos puntos diferente a su antecesora. El autor utiliza la metáfora de lo líquido o lo fluido para caracterizar un presente de desregulación, flexibilidad, anomia, desorden, fragmentación y cambio permanente, en que los individuos quedan de alguna forma “desraizados”, “a la deriva”, sin un marco que los regule y contenga.

Si en la modernidad las acciones estaban dirigidas a destruir los “viejos sólidos”, es decir, a destruir las formas tradicionales de la economía, la política y la cultura dentro de una sociedad (en suma, al *statu quo*) y reemplazarlos por nuevos sólidos (más creativos, menos desiguales y más inclusivos); en el presente de modernidad líquida no encontramos en la agenda política estos mismos deseos u objetivos de construir nuevamente instituciones estables. Por el contrario, encontramos cada vez mayor disolución y desintegración social.

Es en este marco que se consolida la Economía Social, Solidaria y Popular en Argentina y en nuestra provincia, erigiéndose como una alternativa ante la crisis y la desintegración social causada por esta nueva modernidad. A su vez, se establece como un actor más (que reúne a su vez diversos actores, como pequeños productores, campesinos y

organizaciones) en la discusión sobre el modelo de desarrollo vigente, y, en muchos casos, como promotor y defensor de los bienes naturales, la biodiversidad y el ambiente.

Claro está que no podemos caracterizar la realidad regional de los últimos 30 años únicamente a partir de los gobiernos neoliberales, pues ha habido intentos y avances en la construcción de políticas progresistas, estatistas y antiimperialistas con los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner en Argentina, Evo Morales y Álvaro García Linera en Bolivia, Rafael Correa en Ecuador y Lula da Silva en Brasil, Hugo Chávez en Venezuela y Fidel y Raúl Castro en Cuba.

Sin embargo, las consecuencias de la globalización y la influencia estadounidense en materia económica, social y cultural han calado profundamente en los países latinoamericanos, lo cual dificulta la salida de las crisis de desigualdad y pobreza ya estructurales en la región. Esto implica, por ejemplo, que a pesar de haber un giro estatista y redistributivo en muchas de las políticas de los gobiernos mencionados, el papel de “economía adaptativa” de América Latina en la división global del trabajo se mantiene como rasgo distintivo entre el Consenso de Washington y el Consenso de las Commodities (Svampa, 2013).

## 1.2 Diagnóstico territorial: situación económica y social de Mendoza

Habiendo realizado una contextualización del escenario internacional al que acudimos en la actualidad, resulta pertinente describir de qué forma lo mencionado se materializa en la situación económica y social de Mendoza.

Para ello, realizamos un breve diagnóstico territorial en base a algunos aspectos fundamentales: mercado de trabajo, pobreza e indigencia, distribución de la riqueza e inflación. Esto servirá luego como base para entender el lugar que ocupa la Economía Social, Solidaria y Popular en la provincia como circuito, con sus diversas dinámicas y actores. Consideramos necesario diferenciar primero algunos conceptos respecto al trabajo para luego indagar en los indicadores.

Según explican Neffa, Oliveri, Persia y Trucco (2010), la precariedad laboral, el empleo no registrado y el empleo informal refieren a realidades distintas, que suelen confundirse conceptualmente, dado que en algunas fracciones de la Población Económicamente Activa (PEA) se superponen condiciones de una u otra noción.

El empleo precario puede ser registrado o no registrado, ser formal o informal, es decir, que es independiente de su legalidad (a pesar de que su forma extrema sea el empleo no registrado) (Pol, Guilló y Maradona, 2015). La precariedad laboral, en muchos casos, reviste características legales bajo la forma de contratos, leyes o decretos, por eso se naturaliza. Mientras que el empleo no registrado, por su parte, es de carácter ilegal y el empleo informal se ubica en los márgenes de la legalidad o la ignora (Neffa et al, 2010).

Lo que caracteriza al empleo precario es la inseguridad e inestabilidad en la relación salarial, que afecta tanto a la estructura del sistema laboral como a la calidad de vida de los y las trabajadores/as (Neffa et al, 2010). Cortese et al (2016) llaman la atención respecto a la incidencia del trabajo precario en el sector público a nivel provincial particularmente desde los años 90. Esto indica que el carácter legal del trabajo no asegura necesariamente condiciones de trabajo decente. Pol, Guilló y Maradona (2015) explican que el término precariedad laboral ha sido utilizado y difundido en los países periféricos para designar la generalización cada vez más extensiva de prácticas de subcontratación, flexibilización y tercerización en el mercado laboral.

El diagnóstico realizado se basa en los datos provenientes de la última Encuesta de Condiciones de Vida (ECV) realizada en el año 2021, a cargo de la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE) de Mendoza. Nos basamos también en los datos inflacionarios provenientes del Observatorio Económico Regional Urbano (OERU), perteneciente a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo.

A través de algunos indicadores del mercado laboral, pueden advertirse las consecuencias del deterioro de la sociedad salarial que venimos describiendo tanto a nivel mundial como nacional y local, generando situaciones tanto de precariedad como de informalidad en el trabajo.

En la tabla 2, observamos las principales tasas del mercado laboral provinciales para el año 2021, por zona de residencia. Allí se observa un porcentaje de desocupación del 5,8%, que aumenta a un 6,2% en la zona urbana. A su vez, observamos que la tasa de subocupación es del 17, 9%. Esto significa que, del total de la población económicamente activa, hay casi un quinto de subocupados.

## **Tabla 2**

*Principales tasas del mercado laboral por zona de residencia. Mendoza. Año 2021*

INDICADOR	TOTAL %	URBANO %	RURAL %
Tasa de actividad	46,9	48,0	43,3
Tasa de ocupación	44,1	45,0	41,6
Tasa de desocupación	5,8	6,2	4,5
Tasa de subocupación	17,9	17,7	18,4
Tasa de ocupación plena	46,7	46,7	46,7
Tasa de sobreocupación	26,8	26,3	28,5

*Nota.* Adaptado de *Principales tasas del mercado laboral por zona de residencia. Mendoza. Año 2021*, Informe final ECV 2021, DEIE Mendoza.

Según el INDEC (2011), la subocupación horaria refiere a la condición de aquellas personas cuyas horas trabajadas son insuficientes en relación al empleo existente y se encuentran disponibles para trabajar más horas.

El indicador de la subocupación es relevante para nuestro estudio pues permite dar cuenta de la cantidad de personas que no pueden acceder a trabajar más horas, encontrándose con un mercado laboral restrictivo y excluyente. Según explican Cortese et al (2016), “[...] las condiciones de precariedad no son atribuibles a las “condiciones de empleabilidad” de los sujetos individuales, sino que se fundan en la estructura económica informal” (p.31), es decir que, la imposibilidad o restricción de acceso al mercado laboral está causada por una falencia estructural y no puede ser adjudicada a razones de tipo individual de los sujetos.

Esta condición implica una disminución del poder adquisitivo, la capacidad de ahorro y la capacidad de consumo en amplios sectores de la sociedad. Lo que nos lleva a preguntarnos, en el caso de nuestra investigación, por ejemplo: ¿Qué posibilidades concretas de consumir de formas alternativas o de problematizar el consumo hay para una persona que no puede acceder a más horas de trabajo estando disponible para ello? ¿Puede una persona planificar su consumo si se encuentra en una situación de permanente precariedad, con varios trabajos a la vez? Una de las consumidoras entrevistadas expresaba:

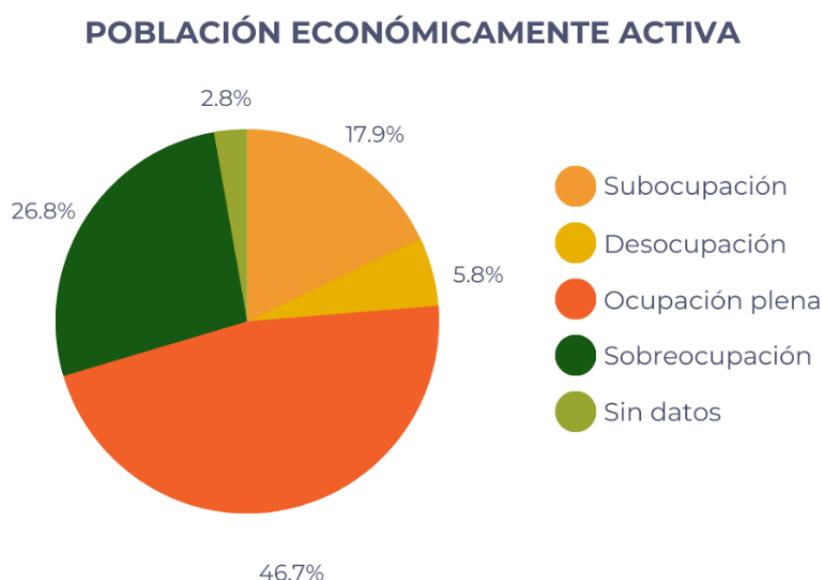
*“[...] obviamente la comida rápida a veces a quien trabaja de sol a sol le va a solucionar la existencia. Y más allá de todo lo que uno pueda estar de acuerdo, si uno no tiene margen, horario laboral... Y sí, va a consumir comida rápida del tipo que sea [...] Los seguís consumiendo porque sabés que es lo que te facilita, que no tengo tiempo para cocinar y yo sé que con esto cocino esto y esto rápido y salimos y... En la dinámica de precarización, hiper productividad, capitalismo.” (C1)*

Asimismo, al observar la composición de la Población Económicamente Activa (PEA) de la provincia, encontramos que solo un 46,7% de las personas cuenta con una ocupación plena y que el resto de la población presenta formas variadas de ocupación: subocupación, sobreocupación y desocupación. Este dato, si bien insuficiente para pensar las complejidades que presenta el trabajo en el contexto provincial, nos brinda una visión general de las dificultades para insertarse en el mercado laboral con una ocupación plena (ya sea formal o informal), lo cual implica vulnerabilidad en la planificación laboral y económica de los mendocinos y mendocinas. Esto se relaciona con lo mencionado anteriormente respecto a la precariedad, informalidad y anomia del trabajo en la era neoliberal.

El dato de cantidad de población de desocupados también llama la atención pues es elevado (5,8%), y, al detenernos en él según zona de residencia, sexo, posición en el hogar y edad, encontramos algunas diferencias importantes.

### Figura 1

*Población Económicamente Activa. Mendoza. Año 2021.*



*Nota.* Adaptado de *Población Económicamente Activa. Mendoza. Año 2021*, Informe final ECV 2021, DEIE Mendoza.

Las más afectadas por la desocupación son las mujeres jóvenes (hasta 29 años) de la zona urbana. Además, en todos los grupos son las mujeres quienes mayor porcentaje de desocupación representan. Se observa también una mayor desocupación en la zona urbana (6,2%) respecto a la zona rural (4,5%) en la totalidad de la población. Por último, respecto a lo etario, destacan las diferencias porcentuales entre la población de hasta 29 años y la población de 30 a 64 años, indicando una gran desocupación en los sectores jóvenes, tanto en mujeres como hombres (ver tabla 3).

**Tabla 3**

*Tasas de desocupación por zona de residencia según sexo y edad. Mendoza. Año 2021.*

POBLACIÓN	TOTAL %	URBANO %	RURAL %
Total	5,8	4,5*	6,2
Mujeres	7,4	6,9*	7,5*
Varones	4,5*	3,0**	5,0*
Mujeres hasta 29 años	14,8*	13,2*	15,2*
Mujeres de 20 a 64 años	4,7*	4,9**	4,7*
Varones hasta 29 años	9,9*	6,6**	11,2*
Varones de 30 a 64 años	2,6*	1,6**	2,9*

\*Coeficientes de variación entre 10 y 20%

\*\*Coeficientes de variación entre 20 y 30%

*Nota.* Adaptado de *Tasas de desocupación por zona de residencia según sexo y edad. Mendoza. Año 2021*, Informe final ECV 2021, DEIE Mendoza.

La precariedad laboral tiene también mayor incidencia en estos grupos. Numerosos estudios llaman la atención sobre las condiciones laborales precarias en los jóvenes a nivel regional (Román Sánchez, 2013, Escoto Castillo, 2010), a nivel nacional (Neffa, et al, 2010) y a nivel provincial (Cortese et al, 2016). Respecto al género, las mujeres

siguen siendo un sector vulnerable a la precarización a nivel nacional, especialmente aquellas jefas de hogar con responsabilidades familiares y bajo nivel educativo (Neffa et al, 2010). A nivel provincial, según explican Cortese et al (2016), se visibiliza una disminución de la precariedad laboral femenina en los últimos 20 años, aunque ésta sigue siendo significativa, de alrededor de un 40%. Además, según explica Carracedo Villegas (2019), las mujeres más afectadas por el empleo precario se desempeñan en trabajos que han sido feminizados históricamente: tareas domésticas y de cuidado, lo que perpetúa la desigualdad de género.

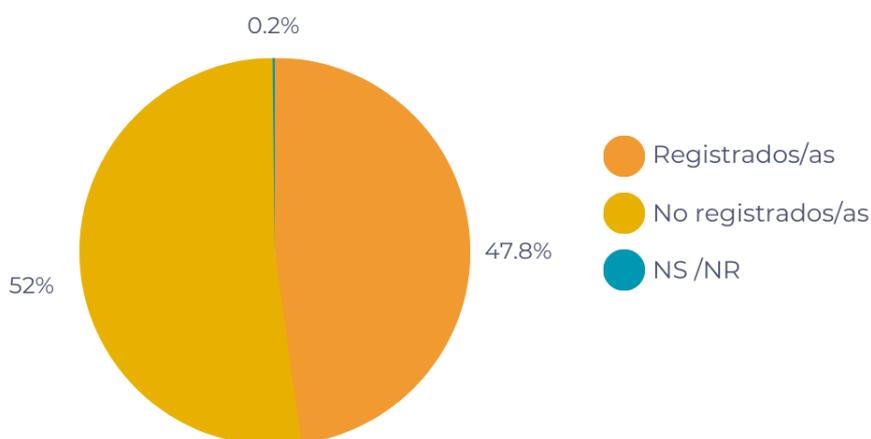
Respecto a la registración laboral, a partir de los datos de la ECV del año 2021, se observa que el porcentaje de no registrados/as es mayor que el de registrados, lo cual resulta en concordancia con lo descripto anteriormente respecto a los cambios en el trabajo a los que acudimos en la actualidad, con un gran avance de la informalidad y la precariedad frente al trabajo estable y seguro característico del período 1930-1970.

Según indican los datos del Informe de la DEIE (2021), el porcentaje de registrados y no registrados varía según las regiones dentro de la provincia, siendo el Este y en Noreste mendocino las zonas más afectadas por la no registración laboral, con porcentajes del 55,7% y del 54,2% respectivamente.

## Figura 2

*Porcentaje de ocupados según registración laboral. Mendoza. Año 2021.*

### OCUPADOS POR REGISTRACIÓN LABORAL | MENDOZA | 2021



*Nota.* Adaptado de *Porcentaje de ocupados según registración laboral. Mendoza. Año 2021*, Informe final ECV 2021, DEIE Mendoza.

Además, si indagamos en los porcentajes de registración laboral según la condición de trabajo dependiente/asalariado o independiente/cuentapropista, notamos que dentro del grupo de trabajadores/as independientes, el porcentaje de no registrados es mucho mayor (74%) que el de asalariados/as con la misma condición (40,3%). Esto indica que en un contexto donde predomina el trabajo informal, aún existe un beneficio de registración a favor del sector asalariado, que se condice con la pervivencia de cierto nivel de seguridad laboral asociada al trabajo en relación de dependencia. Consideramos que este beneficio de registración a favor del sector asalariado puede ser interpretado como resabio de las relaciones salariales predominantes durante las décadas de 1930-1970.

**Tabla 4**

*Ocupados/as independientes y asalariados/as por registración laboral. Mendoza. Año 2021.*

REGIÓN	TOTAL %	REGISTRADOS %	NO REGISTRADOS %
Trabajadores independientes	100	25,9	74,0
Asalariados	100	59,4	40,3

*Nota.* Adaptado de *Ocupados/as independientes y asalariados/as por registración laboral. Mendoza. Año 2021*, Informe final ECV 2021, DEIE Mendoza.

En cuanto a la pobreza e indigencia estimadas para el año 2021, los datos son alarmantes.

La forma de medir la pobreza y la indigencia en la DEIE está construida sobre la valorización de la Canasta Básica Alimentaria (CBA) y la Canasta Básica Total (CBT) en comparación con los ingresos por hogar, construyendo el método de la Línea de Pobreza (LP) y la Línea de Indigencia (LI).

La Canasta Básica Total representa un conjunto de necesidades alimentarias y no alimentarias consideradas esenciales, mientras que la Canasta Básica Alimentaria

representa una canasta de alimentos capaz de satisfacer un umbral mínimo de necesidades proteicas y energéticas (DEIE, 2021).

Si los ingresos de un hogar no alcanzan a satisfacer la CBT, se ubica a ese hogar bajo la línea de pobreza (LP). Asimismo, si un hogar no llega, con sus ingresos, a adquirir lo necesario para la CBA, se la ubica por debajo de la línea de indigencia (LI).

Según la DEIE (2021), la población urbana bajo la línea de pobreza en octubre de ese año fue del 41,1%, y la población urbana bajo la línea de indigencia fue del 5,4%. Dentro de estos grupos, los más afectados varían según los grupos de edad, constituyendo el primer grupo (de 0 a 14 años) el más vulnerable y expuesto a la pobreza y a la indigencia, seguido del grupo compuesto por las personas entre 30 y 64 años. Los niños y niñas pobres constituyen el 37,1% de las personas en condición de pobreza, y el 40,9% de personas en condición de indigencia.

Luego, la DEIE presenta la brecha de indigencia y pobreza, dando cuenta de la intensidad de la insuficiencia entre ingresos y el costo de la CBT y de la CBA:

**Tabla 5**

*Brecha de pobreza*

BRECHA DE POBREZA	
Incidencia de la pobreza en hogares	29,7%
Tamaño promedio del hogar pobre en personas	4,2
Tamaño promedio del hogar pobre en adultos equivalentes	3,4
Canasta Básica Total promedio del hogar pobre (a)	\$74.140
Ingreso total familiar promedio del hogar pobre (b)	\$48.534
Brecha monetaria promedio de los hogares pobres (b-a)	-\$25.608
Brecha porcentual promedio de los hogares pobres (b-a)/a	34,5%

*Nota.* Elaboración propia en base a Informe final ECV 2021, DEIE Mendoza.

Los datos muestran que para el año 2021, los ingresos totales familiares promedio de un hogar pobre respecto a la Canasta Básica Total promedio (CBT) diferían en un 34,5% (\$25.608).

**Tabla 6**

*Brecha de indigencia*

<b>BRECHA DE INDIGENCIA</b>	
Incidencia de la indigencia en hogares	3,5%
Tamaño promedio del hogar indigente en personas	4,4
Tamaño promedio del hogar indigente en adultos equivalentes	3,6
Canasta Básica Alimentaria promedio del hogar indigente (a)	\$30.933
Ingreso total familiar promedio del hogar indigente (b)	\$22.106
Brecha monetaria promedio de los hogares indigentes (b-a)	-\$8.828
Brecha porcentual promedio de los hogares indigentes (b-a)/a	28,5%

*Nota.* Elaboración propia a partir de Informe final ECV 2021, DEIE Mendoza.

Para el caso de los hogares indigentes, esta brecha es del 28,5%, estimada en \$8.828. Es decir que, para que los ingresos familiares promedio de un hogar indigente llegaran a satisfacer la CBA en 2021, aún faltaban \$8.828.

Aquí cabe preguntarnos acerca de las posibilidades y el tipo de acceso al consumo de las personas pobres e indigentes, en un marco de crisis económica generalizada que tampoco ofrece posibilidades de mejora en el poder adquisitivo.

Debido a que pensamos que la pobreza no puede ser analizada sin tener en cuenta la desigualdad, creemos necesario acercarnos también a los datos de distribución del

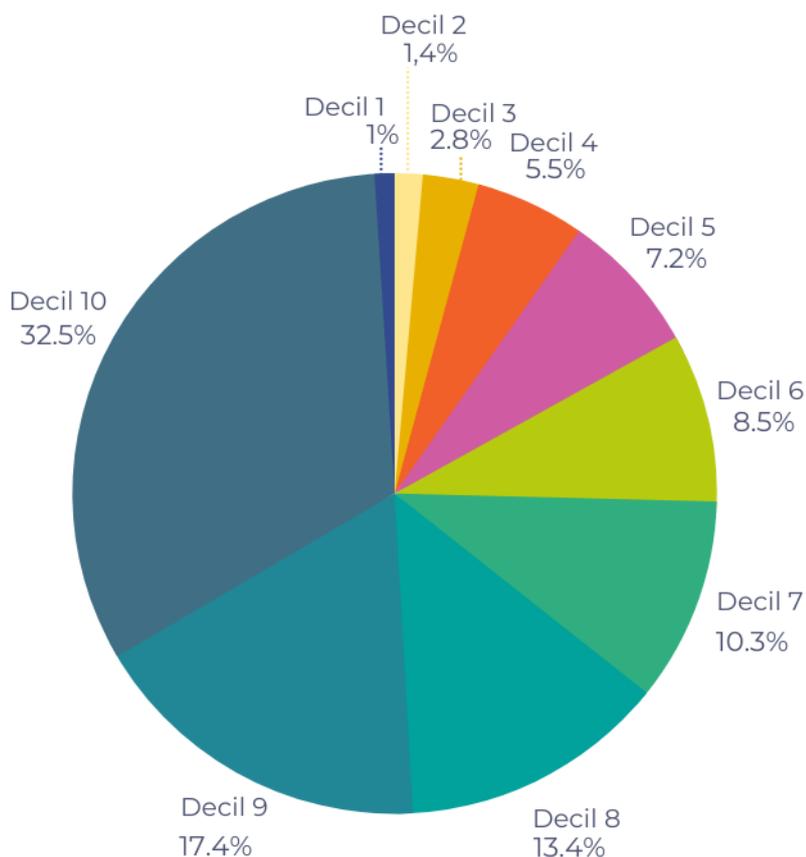
ingreso provinciales, sin olvidar sin embargo que este indicador es insuficiente para el análisis de las múltiples formas de desigualdad.

En los datos de ingreso medio individual que informa la DEIE para el año 2021, el índice de Gini es de 0,46, denostando una gran desigualdad en la provincia. Los datos de ingreso individual, divididos en deciles poblacionales, grafican este índice con claridad: el decil 10 (el de mayores ingresos) supera 32 veces al ingreso medio individual del decil 1 (decil de menores ingresos). Esto quiere decir que el ingreso medio de una persona ubicada en el decil de mayor ingreso es 32 veces mayor que el ingreso medio de una persona ubicada en el decil de menor ingreso. Además, el estrato alto (estrato III), conformado por los deciles 9 y 10, concentra casi el 50% de los ingresos (DEIE, 2021).

### Figura 3

*Distribución del ingreso total individual según deciles. Mendoza. 2021.*

## POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA



*Nota.* Adaptado de *Distribución del ingreso total individual según deciles. Mendoza. 2021*, Informe final ECV 2021, DEIE Mendoza.

Además de estas diferencias de ingresos entre estratos, se encuentran grandes disparidades en relación al género y a la zona de residencia, resultando las mujeres y las personas residentes en zonas rurales las que perciben menores ingresos (DEIE, 2021). Es importante aclarar que en la tabla se observan el Ingreso Individual Medio en pesos y la brecha en pesos y en porcentaje. Debido a la inflación, los datos en pesos resultan obsoletos. Por eso, nos centramos en la diferencia relativa de la brecha (expresada en porcentaje) para realizar las observaciones.

**Tabla 7**

*Ingreso individual medio por sexo y brecha de género, según zona y región de residencia. Mendoza. Año 2021*

ZONA / REGIÓN	INGRESO INDIVIDUAL MEDIO		BRECHA	
	VARÓN	MUJER	DIFERENCIA EN PESOS	DIFERENCIA RELATIVA
Total	35.379	27.161	8.218	23,2
Rural	27.602	20.427	7.175	26,0
Urbano	38.291	29.287	9.003	23,5
Gran Mendoza	38.104	29.069	9.034	23,7
Este	28.484	21.627	6.857	24,1
Noroeste	24.696	17.711	6.985	28,3
Valle de Uco	35.501	25.967	9.534	26,9
Sur	32.608	25.967	6.642	20,4

*Nota.* Adaptado de *Ingreso individual medio por sexo y brecha de género, según zona y región de residencia. Mendoza. Año 2021*, Informe final ECV 2021, DEIE Mendoza.

En el análisis de la situación socio-económica provincial, es necesario también incluir los datos inflacionarios. Según el Observatorio Económico Regional Urbano (OERU), dependiente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo, la inflación promedio mensual nacional hasta octubre de 2022 fue del 6,0%, siendo mucho más alta que la inflación promedio mensual hasta octubre del año anterior (3,6%). Esto indica una inflación interanual ascendente a nivel nacional (88%) y a nivel

provincial (90,2%). La inflación acumulada anual hasta octubre del 2022 fue del 78,6% y al finalizar el 2022 fue alrededor del 95%.

Se destaca la diferencia inflacionaria de Mendoza respecto a nación tanto en el promedio de inflación mensual como en la inflación interanual y en la inflación acumulada hasta octubre de 2022. Mendoza se encuentra dos puntos porcentuales más arriba que la nación en estos tres indicadores.

Además, el rubro con mayor incidencia en el Índice de Precios del Consumidor (IPC) en la provincia para el mes de octubre fue el de Alimentos y bebidas, con una inflación promedio mensual del 6,7%, seguido por el rubro de Indumentaria, que presentó una inflación del 6,6% mensual (OERU, 2022). Este dato es relevante para nuestra investigación pues permite complejizar el análisis del consumo de alimentos y bebidas provenientes del circuito de la ESSyP de la provincia. Por un lado, podemos pensar que la gran incidencia de la inflación en este rubro disminuye las posibilidades de compra de alimentos y bebidas de la ESSyP. Pero, a su vez, el circuito de la ESSyP, al oponerse a la lógica especulativa, intenta sostener precios en un contexto de escalada inflacionaria, lo que puede derivar en un mayor consumo de estos productos.

Una referente de una de las comercializadoras estudiadas, indica, respecto a la suba de precios de un determinado alimento: *“Nosotros lo subimos. No podemos mantenerlo porque no tenemos esa capacidad [...] Pero no le subimos lo mismo que el supermercado, solamente un porcentaje pequeño y a veces nos quedamos como muy cortos. Y cuando vamos a comprar... Ahora aceite no hemos podido comprar porque está un precio exorbitante”.* (R1)

Luego explica, además, que hacen compras colectivas con otras comercializadoras para sostener los precios. Sin embargo, en la entrevista se visibiliza que esta estrategia es insuficiente y muchas veces perjudica a la comercializadora, porque no se alcanzan a cubrir determinados costos, por ejemplo.

La información consultada sobre mercado laboral, distribución del ingreso e inflación tiene el propósito de caracterizar la situación socioeconómica de la provincia, para así poder profundizar en el circuito de la ESSyP de Mendoza. En suma, la revisión de los datos revela un contexto provincial preocupante: alta incidencia de pobreza e indigencia, profunda desigualdad, escaso poder adquisitivo e inflación creciente (mayor que la nacional).

En este contexto, se torna relevante poder cuestionar qué posibilidades reales de consumir alimentos y productos provenientes de la ESSyP existen y qué sectores pueden problematizar su consumo y acceder a ellos.

Por un lado, consideramos que esta realidad redefine los patrones de consumo, dado que disminuyen las posibilidades de elegir cuando hay menor poder adquisitivo. Cabe preguntarnos cuáles son los actores de la economía argentina que pueden sostener su producción y ventas en un escenario de escalada inflacionaria, específicamente en el rubro alimentario, que es la base de los consumos individuales y familiares. Y, a su vez, qué rol cumple la comercialización y el consumo de alimentos de la ESSyP en este contexto.

El abaratamiento de los alimentos solo es posible para grandes empresas, sobre todo multinacionales, que tienen la capacidad de reconvertirse rápidamente, disminuyendo la calidad nutricional de sus productos a través del agregado de azúcares y harinas refinadas y la simplificación cada vez mayor de los alimentos, provocando la pérdida de diversidad (Barruti, 2020). Estas empresas, a su vez, presentan ventajas competitivas en relación a los pequeños productores y comercializadores, que les permiten modificar sus precios para la venta acorde a los ritmos del mercado. En un artículo reciente, Jurado (2020) menciona que, de las 7 cadenas más grandes de supermercados de nuestro país, 5 son de capital extranjero, lo que complica aún más la problemática, dado que se produce una gran transferencia de riqueza nacional al exterior. Uno de los agentes estatales (A1) entrevistados, plantea:

*“Me parece que tiene que haber una mirada más al tema de la industria alimentaria y principalmente al rol de las cooperativas, a los productores. Poner mucha política ahí porque creo que es una forma también de evitar que existan tantos monopolios y tanta concentración económica, que es lo que hoy la mayoría de lo que se sufre con el tema de la inflación es más en el tema de alimentos cuando vas al supermercado. Hay otros consumos que, si bien todo impacta en todos los aumentos de las cosas, el más cotidiano es el de la alimentación y es el que más se sufre”.*

Por otro lado, siendo muy reducidas las posibilidades de acceso a un empleo formal y a la seguridad social que ello conlleva, se buscan formas alternativas de trabajo. En este marco, la ESSyP es pionera y brinda oportunidades de inserción, aunque aún limitadas estructuralmente. Es por ello que en el siguiente apartado buscaremos caracterizar la ESSyP: primero conceptualmente para luego situarla en el contexto provincial, y de esta forma, seguir indagando en el consumo dentro de este circuito.

## 1.3 Qué es la Economía Social, Solidaria y Popular

En la siguiente investigación, nos situaremos desde la perspectiva de la Economía Social, Solidaria y Popular. Para ello, resulta necesario repasar la historia de la ESSyP, sus características, principales debates y las formas que adopta en Argentina y en Mendoza. A su vez, nos interesa rescatar algunos aportes de la Economía Feminista en las convergencias y diferencias que tiene con la ESSyP, ya que resultan fundamentales para un análisis situado que apunte a la visibilización de las múltiples desigualdades sociales existentes.

### 1.3.1 Conceptualización e historia de la Economía Social y Solidaria

En primer lugar, es necesario tener en cuenta que cuando hablamos de Economía Social, Solidaria y Popular no hablamos de definiciones acabadas ni delimitadas con exactitud. Esto es así por las características propias de este campo, que se relaciona más con prácticas, experiencias y vivencias concretas de “[...] una economía que reproduce la vida, entrama familias y organizaciones teniendo en centro a la persona humana, y que desarrolla solidaridades recíprocas, conveniencias mutuas, el comercio con justicia” (Roitman, 2016, p.7); que con una conceptualización unívoca y cerrada. Se destaca entonces el lugar preponderante que tienen las prácticas y experiencias dentro de este circuito. Teniendo esto en cuenta, es que podemos acercarnos a sistematizaciones que exponen diversas trayectorias en la Economía Social, Solidaria y Popular, tanto a nivel internacional, como nacional y provincial.

En el plano teórico, nos basamos en los aportes de Coraggio y Roitman, referentes nacionales y provinciales de la ESSyP. Tal como explica Roitman (2016), hablar de Economía Social puede parecer una obviedad, dada que toda economía es social en su conformación, pues hablamos de producción, distribución y consumo de productos, procesos que implican necesariamente la interacción humana. Ahora bien, al profundizar en el concepto, entendemos que el adjetivo social surge como contraposición a otros dos tipos de economía: la Economía clásica o “a secas” y la Economía Política (Coraggio, 2011).

Cuando hablamos de economía clásica nos referimos a la economía mainstream, cuyos orígenes pueden hallarse en el liberalismo económico y las teorías del contrato social (Locke, Smith, Ricardo, Mill, entre otros), donde se fundamenta que la economía es

regulada por el mercado y se concibe al ser humano como un individuo racional que busca satisfacer sus necesidades maximizando los beneficios. Según planteó Stuart Mill, “Las proposiciones de la economía solo son ciertas en la medida en que sea cierta la premisa de donde se han deducido, esto es, el postulado de que el hombre trata de obtener el máximo de riqueza con el menor trabajo posible” (citado en Napoleoni, 1962, p. 649). Además, en términos generales, se postula que el Estado no debe intervenir en la economía, o debe hacerlo únicamente en servicios públicos (educación, justicia, salud, entre otros) donde la iniciativa privada es incapaz de actuar (Posso Ordóñez, 2014). Esta economía fue llamada por sus precursores *economía política* (ver, por ejemplo, el libro “Principios de Economía Política y tributación, de David Ricardo). Sin embargo, en el siglo XIX el término fue paulatinamente reemplazado por “economía” (a secas), luego de los aportes matemáticos al desarrollo de esta ciencia y coincidiendo con la publicación del libro de Alfred Marshall “Principios de Economía” en el año 1890.

Las críticas a esta concepción de la economía son variadas y forman parte de la historia del estudio de la disciplina. Indagar en estos desarrollos escapa a los objetivos de nuestra investigación. Sin embargo, consideramos pertinente mencionar dos aportes esenciales en este sentido:

Marx, quien estudió a Smith y Ricardo, toma algunos aspectos de la teoría del valor trabajo y la plusvalía (Lenin, 1974), profundizando estas teorizaciones y realizando una crítica fundamental respecto a la ahistoricidad con la que estos autores desarrollaron la economía política. Marx (1984) plantea que es imposible pensar en un individuo aislado e independiente por fuera de la sociedad y el contexto histórico concreto. Basar el comportamiento económico en este supuesto solamente puede conducir a análisis errados en el campo del conocimiento e implica además una clara intencionalidad de sostenimiento del status quo.

Por otro lado, Keynes, economista británico que desarrolló su teoría a partir de la crisis provocada por la caída de la bolsa de Wall Street en los años 1929 y 1930, postuló que el Estado debe asumir un rol fundamental en el funcionamiento económico, principalmente como promotor del consumo para fortalecer la demanda agregada y de esta manera aumentar la productividad y el empleo.

Es en este último sentido que Coraggio (2011) habla de Economía Política, donde el Estado es considerado central en la planificación y regulación de la economía.

La Economía Social buscará entonces distanciarse de las dos corrientes mencionadas al inicio, pues, por un lado, considera que la regulación propia del mercado genera exclusión, desigualdad y aumento de concentración de la riqueza. Y, por el otro, entiende que el Estado centralizado quita poder a la sociedad erigiéndose como representante y delegado de los bienes comunes nacionales, lo cual -ante la falta de una *democracia sustantiva*- lo habilita a actuar facilitando y obedeciendo a los intereses de los grupos económicos dominantes y más concentrados, sosteniendo de esta forma la gobernabilidad y la estabilidad de un sistema injusto e ineficiente (Coraggio, 2011).

Las cursivas en “democracia sustantiva” del párrafo anterior tienen el propósito de llamar la atención respecto a un tema fundamental en la forma en que concebimos el Estado y la democracia en la presente investigación. Nos basamos en la diferencia entre democracia formal y democracia sustantiva (Ferrajoli, 2007), donde la democracia formal se identifica con el sistema político basado en la soberanía popular, que se ejerce a través de forma directa o a través de representantes, pero que, según el autor, no es suficiente para asegurar el ideal democrático.

La democracia sustantiva, entonces, es una noción que complementaríala democracia formal, pues establece los límites (lo que está prohibido) y los vínculos (lo obligatorio) que se imponen a los poderes representativos. De esta forma, podemos entender que la relación entre los representados y los representantes en un determinado gobierno adquiere características complejas, permanentes e inestables (como si se tratara de una negociación permanente), que no se reducen al momento del voto. Y, que, además, incluye como supuesto fundamental la idea de que la libertad, la salud, la vivienda y la educación son fines intrínsecos vinculados a la integridad humana (Ferrajoli, 2007). Esta diferenciación es pertinente para poder problematizar la relación entre el Estado y el campo de la Economía Social, Solidaria y Popular, que abordaremos con mayor profundidad en el capítulo 4.

### **1.3.2 La Economía Social como subsistema**

A partir de la teorización del apartado anterior, según Roitman (2016), lo que encontramos en nuestra sociedad son 3 subsistemas o formas de distribución y provisión de bienes y servicios. Estos subsistemas son: el Estado, el Mercado y el subsistema de la Economía Social. Cada uno de ellos tiene lógicas diferentes. La lógica estatal está impulsada por la acumulación de poder político y de legitimidad. El mercado, por su lado, busca la acumulación de capital y la mayor eficiencia posible con la menor

cantidad de recursos disponibles. Por último, según plantea el autor, la Economía Social tiende al sostenimiento y la reproducción de formas de vida dignas y al mejoramiento de la calidad de vida ampliada de las sociedades.

Esta idea es cercana al concepto de Buen Vivir, Sumak Kawsay (proveniente del quechua) o Suma Qamaña (proveniente del guaraní), que en términos generales significa “la vida en plenitud”. Esta noción fue incorporada en las constituciones de Ecuador (2008) y Bolivia (2009) como una forma crítica y alternativa a los modelos de desarrollo imperantes. Hace referencia a una matriz de pensamiento compleja para la transformación de la realidad, incluyendo aspectos sociales, ambientales, económicos y políticos (Cardoso Ruiz, Gives Fernández, Lecuona Miranda y Nicolás Gómez, 2016).

Ahora bien, dentro del gran “tercer sector” de la ESSyP, encontramos diferentes modalidades de producir, comercializar y consumir. Algunas de ellas son: cooperativas, mutuales, empresas recuperadas por sus trabajadores y trabajadoras, clubes de trueque o asociaciones de consumidores, organizaciones sociales, fundaciones, bancos solidarios, comercializadoras de la ESSyP, ferias de productores, entre muchas otras.

Sin embargo, las conceptualizaciones del tercer sector son diferentes entre los países y se relacionan con diversas trayectorias y recorridos históricos. Tomaremos dos de ellas: la europea y la latinoamericana, presentando sus principales características.

### **La escuela europea**

Dentro de esta corriente, diferenciaremos a la Economía Social, por un lado, y de la Economía Solidaria, por el otro, haciendo hincapié en cada una de las trayectorias que explican sus orígenes. Si bien son tomadas conjuntamente, el recorrido histórico y los grupos de los cuales surgen presentan algunas diferencias que consideramos necesario señalar y describir.

### ***Orígenes de la Economía Social para la escuela europea***

Los inicios de la Economía Social en Europa se ubican a mediados del siglo XIX, cuando comenzaron a surgir diferentes alternativas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios en un panorama de exclusión social, incertidumbre y desintegración fruto de la revolución industrial en expansión y la ausencia de respuestas por parte de los incipientes Estados-nación (Aguilar, 2020).

Una de esas iniciativas populares fue la de los pioneros de Rochdale, quienes son reconocidos por estudiosos de la Economía Social y Solidaria como los precursores en este campo, si bien pueden identificarse numerosos intentos previos y posteriores de trabajar asociadamente con principios de solidaridad (Defourny, 2013, Coraggio, 2013, Cattani y Laville, 2013, Etxezarreta Etxarri, 2021, Campos I-Climent, 2016, Piatti, 2021, Jácome y Páez, 2014, Poyrier, 2014). Tal como explica Defourny (2013), los orígenes de la Economía Social moderna se sitúan en experiencias a lo largo del siglo XIX. Sin embargo, sus raíces pueden rastrearse en las formas más antiguas de asociaciones humanas.

Estos ex obreros textiles, desempleados a causa de su participación en una huelga de la fábrica de tejidos de la ciudad de Rochdale (Inglaterra), crearon en 1844 el primer almacén cooperativo en dicha ciudad. El almacén, llamado Sociedad Equitativa de los Pioneros de Rochdale, fue una cooperativa de consumo y la primera en distribuir los excedentes entre sus miembros, constituyendo así los orígenes del movimiento cooperativo moderno. Sus integrantes establecieron sus principios fundamentales, que asentaron en la “Carta de Cooperación”, documento que sería luego retomado por la Alianza Cooperativa Internacional estableciendo las bases del cooperativismo actual.

En la misma época, surgieron mutuales y sociedades de ayuda mutua o de fomento como actores importantes en los sistemas de seguridad social. Se buscaba mutualizar el riesgo en áreas como la salud, el desempleo, la muerte y la escolaridad ante la ausencia de la intervención estatal en esos ámbitos, que emergió recién a fines del siglo XIX con Bismarck en Alemania y en Inglaterra con los debates sobre la pobreza como cuestión social sobre la que el Estado debía intervenir (Kusnir, 1996).

Para la escuela europea, el tercer sector abarca todas aquellas empresas y organizaciones que no forman parte directamente del sector público o del sector privado, y se refiere principalmente a mutuales, cooperativas, asociaciones socio-productivas y fundaciones no empresariales. Este sector se basa en algunos principios fundamentales (ya presentes en los postulados de los obreros de Rochdale):

- Primacía de la persona y del objeto social sobre el capital
- Adhesión voluntaria y abierta
- Control democrático por sus miembros
- Conjunción de los intereses de los miembros y del interés general

- Defensa y aplicación de los principios de la solidaridad y responsabilidad
- Autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos
- Destino de la mayoría de los excedentes a la consecución de los objetivos a favor del desarrollo sostenible, la mejora de los servicios a los miembros y del interés general. (Roitman, 2016, p.32)

En Argentina, los orígenes de la Economía Social se remontan también al siglo XIX, en un contexto de consolidación del Estado y la formación de la nación, luego de la Conquista del Desierto. En este marco, se desarrollaron las mutuales y las cooperativas, vinculadas fuertemente a la inmigración europea y a ideas socialistas y anarquistas.

La conformación de las mutuales se dio en base a criterios étnicos, nacionales (pensemos en la sociedades españolas e italianas) u ocupacionales (agrupaciones de peluqueros, de carpinteros, panaderos, etc) (Maldován Bonelli, 2018). Con la paulatina diversificación y complejización de la estructura social argentina y el crecimiento de las capas medias, el asociativismo en Argentina comenzó a relacionarse de una manera mucho más directa con la pertenencia de clase, naciendo de esta forma los sindicatos y los gremios, y asumiendo el Estado un rol central en la negociación y garantía de derechos laborales y sociales.

El cooperativismo, por su parte, sitúa sus orígenes -en base a fuentes de la época- en la “Sociedad Cooperativa de Producción y Consumo de Buenos Aires”, primera cooperativa fundada en 1875 e inspirada en la experiencia de los obreros de Rochdale ya mencionada. Esta cooperativa nunca entró en funcionamiento. A pesar de ello, sí fundó las bases del cooperativismo en el país, dando paso a una época de nacimiento de variadas cooperativas, principalmente vinculadas al consumo y al crédito. Algunas de ellas son mencionadas por Maldován Bonelli (2018) en un trabajo reciente: “Sociedad Cooperativa de Almacenes (1884), la cooperativa de consumo Les Egaux (1885), la Compañía Mercantil del Chubut (1885), La Unione Cooperativa Italiana (1885-1886), el Banco Popular Argentino (1887), la Sociedad Anónima Cooperativa de Consumo de Carne (1890) y la Cooperativa Obrera de Consumos (1898) (p. 32)”.

Según menciona la autora (2018), el desarrollo del cooperativismo en nuestro país fue significativo, vinculado a la búsqueda de soluciones para las actividades productivas y el mejoramiento de las condiciones de vida económico-sociales, o en búsqueda de la liberación de la economía capitalista y formas alternativas de producir, comercializar y consumir. Además, las cooperativas fueron las configuraciones privilegiadas en la conformación del campo de la Economía Social en nuestro país (como en el resto del mundo). Sin embargo, recién a partir de 1970 -de acuerdo a los cambios acontecidos en el mercado laboral y el Estado- hubo un florecimiento de este tipo de experiencias y una expansión aún mayor.

### *Orígenes de la Economía Solidaria para la escuela europea*

La Economía Solidaria, por su parte, se ubica a fines del siglo XX. Si bien sus orígenes pueden rastrearse en debates y experiencias del siglo XIX e incluso anteriores (Laville y Gaiger, 2013), es la caída del muro de Berlín y el advenimiento de un mundo unipolar el que hace aparecer con fuerza la idea de una Economía Solidaria. Conceptualmente, la Economía Solidaria se erige como opositora a la idea de individualismo utilitarista que caracteriza el comportamiento de la economía de mercado, buscando pensar en sujetos que se relacionan cooperativamente (Laville y Gaiger, 2013). Las prácticas de este tipo de economía están ancladas en fuertes lazos de reciprocidad, solidaridad y territorialidad.

Algunas de las experiencias vinculadas a la Economía Solidaria son: clubes de trueque, comedores populares, sistemas de comercio justo, clubes, sindicatos, espacios de contención, grupos autogestivos, colectivos de agroecología y producción autóctona, asociaciones de mujeres, agrupaciones deportivas, etc. Todos estos sectores se encargan de actividades que suelen pagarse o contratarse, pero que en cambio son autogestionadas democráticamente, recuperando las nociones de justicia, equidad e interés público. Tal como explican Laville y Gaiger (2013), gracias a su inserción comunitaria, la Economía Solidaria cumple diversas funciones en áreas de salud, preservación ambiental y educación, promoviendo el desarrollo e integración locales. Los autores (2013) ponen en valor las prácticas vinculadas a este tipo de economía:

[...] La reconstitución de las condiciones objetivas y subjetivas de la transformación social requiere doble atención hacia las iniciativas que comporten, aunque incipiente y en pequeña escala, la capacidad de instituir otras

formas de vida repletas de valor de justicia, de un ethos redistributivo y de una oportunidad de humanización. En particular, es importante valorar las experiencias que nacen de la auto organización, que defienden los derechos básicos del trabajo y que apuestan a la asociación y a soluciones colectivas, formando la base de experiencias y de convicciones morales e intelectuales indispensables a la construcción de nuevos rumbos para la sociedad. (p. 170)

Laville (2004) explica que la Economía Solidaria retoma muchas de las enseñanzas y valores fundantes de la Economía Social, pero aporta elementos que amplían sus debates y teorizaciones, sobre todo respecto a la relación de la Economía Social con la democracia interna, la institucionalización, los valores de solidaridad y cooperación y la relación con la economía.

Finalmente, es necesario aclarar que la Economía Social y la Economía Solidaria son hoy tomadas conceptualmente de manera conjunta por muchos especialistas y actores de estos campos (Roitman, 2016, Coraggio, 2013) dado su pasado común y la similitud en los principios y valores que pregonan.

Asimismo, es importante mencionar que, si bien el reconocimiento de estos principios persigue el ideal de una sociedad más justa e igualitaria, para la escuela europea la Economía Social y Solidaria se concibe dentro del marco de una economía capitalista, lo cual es uno de los principales debates dentro este gran campo disciplinar. La perspectiva latinoamericana que abordaremos a continuación discute este postulado.

### La escuela latinoamericana

En nuestra región, la Economía Social y Solidaria surge en la década de 1980 como respuesta a la escuela europea (Aguilar, 2020), coincidiendo también con una época de búsqueda de alternativas populares y locales de producción y reproducción de la vida en un panorama de profundización de la pobreza como consecuencia de la migración interna del campo a la ciudad (principalmente por el trabajo industrial) en los años '60.

La escuela latinoamericana se diferencia de la escuela europea en **2 aspectos** que explicaremos a continuación. Sin embargo, a pesar de estas diferencias, ambas escuelas se encuentran emparentadas en muchas de sus conceptualizaciones y principios.

José Luis Coraggio, economista argentino especialista en Economía Social y Solidaria, es uno de los principales exponentes de la escuela latinoamericana. La principal diferencia de esta corriente con la escuela europea radica en la profunda crítica al sistema neoliberal y su lógica. Coraggio (2011) es categórico al respecto cuando explica que a pesar de los esfuerzos y programas que se llevan a cabo desde una multiplicidad de organismos para fortalecer la Economía Social, la cuestión de fondo es otra:

[...] esos programas no podrán resolver la cuestión social mientras la hegemonía neoliberal y sus bases de poder material no sean realmente desplazadas, mientras no se reconozca que hay un sistema que genera y seguirá generando fracturas en la sociedad que la debilitan además para la inevitable confrontación con el centro de esta periferia. Lo que implica que la política debe superar su vaciamiento y recuperar su sentido transformador. (p. 36)

En este punto, en su libro “Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital”, Coraggio (2011) trae también algunas preguntas que nos interesa rescatar, ya que forman parte de los debates actuales en la temática y revalorizan el lugar preponderante de la política en los mismos:

¿Qué se debe o puede esperar de la política cuando la economía de mercado viene imponiendo sus leyes y sus estructuras de poder en el marco del pragmatismo de los sistemas políticos? ¿Qué nuevos sujetos políticos podrán encarar esa tarea histórica, con qué Estado reinventado? [...] ¿Pueden los movimientos sociales, nuevos o tradicionales, [...] converger en un proyecto de economía donde quepan todos los que están y las generaciones futuras? [...] Yendo más a lo inmediato: la incorporación en el léxico y el diseño de programas públicos en nombre de la Economía Social y/o Solidaria ¿son retoques cosméticos a la política social asistencialista o indican un reconocimiento de que la economía no se limita al sector empresarial privado y que es necesario generar otro polo socioeconómico, centrado en el trabajo autónomo, para contrarrestar las tendencias del capital? (p. 37)

Estas preguntas pueden funcionar a modo de guía, para no olvidar las razones y principios que guían la construcción de otra economía. Por supuesto, según indica el autor, los caminos para esta construcción son lentos, y tienen dimensiones teóricas, ideológicas y pedagógicas. Hablamos de una transición y de un proceso dialéctico (Coraggio, 2011).

La segunda diferencia principal que la escuela latinoamericana plantea frente a la escuela europea es una ampliación de los actores y movimientos que conforman la Economía Social, Solidaria y Popular. La Economía Social europea está relacionada con las organizaciones más tradicionales de este campo, como las cooperativas y las mutuales. La escuela latinoamericana convoca, en cambio, a múltiples asociaciones de consumo, producción y comercialización, ferias de trueque y ferias populares, empresas recuperadas, redes de ayuda mutua (entre otras), ya que entiende que es necesaria una articulación profunda e integral entre distintos sectores. La diversidad y la amplitud de esta articulación son claves si se pretende la construcción plural e inclusiva de una racionalidad económica distinta.

En este sentido, entendemos que los procesos de la Economía Social, Solidaria y Popular implican una confluencia de saberes y experiencias en los que múltiples actores participan e interactúan. Entre los saberes que rescata la ESSyP se encuentran aquellos pertenecientes a algunos pueblos originarios de América Latina, como el concepto de Buen Vivir mencionado anteriormente.

La propuesta del Buen Vivir, Sumak Kawsay o Suma Qamaña aparece como una de las más destacadas en el contexto latinoamericano como alternativa al desarrollo. Según explican Marques y Roldán (2020), el Buen Vivir ha tomado relevancia en el ámbito académico en los últimos años, pero proviene de conocimientos, saberes y prácticas de pueblos indígenas latinoamericanos que luego de han difundido también en movimientos sociales y políticos.

Esta concepción critica a las nociones de desarrollo vigentes, cuestionando la definición de bienestar como una cuestión exclusivamente de ingresos económicos, según Gudynás (2011). El autor explica que el Buen Vivir pone el foco en la calidad de vida, sin reducirla al consumo o a la propiedad. En esta misma línea, se aparta del crecimiento económico de un país como indicador de bienestar de su población.

A su vez, desde esta perspectiva se ubica a la naturaleza en un lugar central, como fuente de toda vida, y entendiendo a los seres humanos como parte de ella. En algunas

de sus formulaciones, incluso se incorpora la noción de ambiente como sujeto de derechos, cuestionando el antropocentrismo (Gudynás, 2011).

María Eugenia Choque Quispe, integrante del Centro de Estudios Interdisciplinarios Aymara de Bolivia, explica:

El Suma Qamaña (vivir y convivir bien) es el ideal buscado por el hombre y la mujer andina, traducido como la plenitud de la vida, el bienestar social, económico y político que los pueblos anhelan, entendida como el desarrollo pleno de los pueblos (2006, citada en Gudynás, 2011).

En este punto, es importante recalcar que el Buen Vivir es una cosmovisión que abarca cuestiones éticas, políticas, sociales, culturales y económicas. Así lo plantea Silvia Rivera Cusicanqui (2015), quien explica que el Buen Vivir implica una redefinición de los principios civilizatorios vigentes basados en la explotación del hombre y la naturaleza, por una visión de armonía entre ambos. Esta noción, por tanto, tiene implicancias profundas y no debe convertirse en una palabra vacía al ser utilizada en ciertos discursos estatales para el socavamiento de los bienes comunes y el extractivismo, según advierte la socióloga boliviana.

Recuperamos en este sentido el recorrido del Movimiento de Mujeres y Diversidades Indígenas por el Buen Vivir, constituido por indígenas de más de 35 naciones preexistentes que cohabitan el territorio argentino. Este movimiento, surgido en 2013 como Marcha de Mujeres Originarias por el Buen Vivir y luego renombrado, busca amplificar derechos y se reconoce en tensión, pues reclama la autodeterminación de sus territorios, cuerpos y pueblos y busca recuperar la plurinacionalidad histórica negada. Además, proclama el amor por la vida y se enuncia desde su identidad ancestral y propias cosmogonías y saberes.

Desde una mirada latinoamericanista, entendemos que la región está atravesada históricamente por el proceso de colonización y conquista, y, con él, el desarraigo, la exclusión, la violencia, la discriminación, la destitución y/o aniquilamiento de los habitantes originarios y sus culturas. La integración continental puede leerse a través del reconocimiento de un pasado colonialista común (Bethell, 1990). Por lo tanto, el reconocimiento de elementos, nociones y prácticas culturales de los pueblos originarios es una posición política, pues pretende revalorizar aspectos culturales que han sido históricamente relegados.

A su vez, postulamos que la Economía Social, Solidaria y Popular, si bien está íntimamente emparentada con la Economía Social europea, requiere de análisis específicos y situados de acuerdo a la diversidad cultural y la heterogeneidad estructural presente en América Latina, en Argentina y en Mendoza, incorporando aspectos territoriales y locales que resultan fundamentales para comprender los procesos que nos proponemos analizar. Es desde esta perspectiva que elaboramos, al principio de la investigación, un diagnóstico sobre la situación económica y social de Mendoza.

En la presente investigación, entonces, nos basaremos en la corriente latinoamericana de la Economía Social, Solidaria y Popular. Para ello, resulta necesario caracterizar a la Economía Popular y explicitar nuestra posición respecto a incluirla dentro de este gran conjunto de prácticas que llamamos Economía Social, Solidaria y Popular.

### **1.3.3 La Economía Popular: una aproximación**

En Latinoamérica y en nuestro país, la Economía Popular, si bien se remonta a un largo proceso histórico, emerge con fuerza en los años '90, en un panorama dominado por las políticas neoliberales, una globalización excluyente y la preeminencia de una economía global expansiva anclada en las tecnologías de punta.

En Argentina, los sectores vinculados a dicha economía global expansiva son aquellos relacionados a la explotación petrolífera y de gas, la minería, la agricultura (principalmente de soja) y las finanzas en un sentido amplio. Esto se traduce en una estructura social muy desigual, con sectores minoritarios con gran capacidad de influencia y capital (económico y/o social), alta cualificación, buenas remuneraciones y protección social; y grandes sectores que quedan excluidos, subempleados o precarizados en trabajos de baja calidad con pocas posibilidades de protección social (Maldován Bonelli, 2018).

Las transformaciones en el mundo del trabajo en las últimas décadas han sido ampliamente estudiadas y abordadas desde las ciencias sociales. Robert Castel (1997) es un pionero y ejemplo de ello, quien explica que el trabajo hoy presenta características de flexibilidad, subcontratación, precarización y desregulación que se han extendido con gran rapidez, tal como lo revisamos a partir de los datos de mercado laboral en un apartado anterior.

La Economía Popular (EP) viene a adentrarse en este debate, ya que surge en un marco donde estructuralmente el trabajo asalariado ya no asegura las condiciones de

estabilidad y protección que supo asegurar entre la segunda posguerra y mediados de los años '70. La EP viene a reconocer todos aquellos trabajos y trabajadores/as que realizan tareas en lo que comúnmente se denomina “economía informal”. Sin embargo, esta corriente (con sus variantes y tensiones) construye la categoría de Economía Popular oponiéndose a las denominaciones de economía informal y sector informal urbano, argumentando que la Economía Popular es “un mundo social, económico, político y cultural estructuralmente heterogéneo, encarnado en el modo de vida y de hacer economía de las clases populares” (Barrantes, 1992, p. 97).

La Economía Popular recupera asimismo las capacidades y dimensiones creativas, productivas, organizativas y políticas de los sujetos que trabajan en este sector. Consideramos necesario advertir, sin embargo, que las prácticas que forman parte de la EP están, en su mayoría, al servicio de resolver situaciones de extrema miseria y pobreza naturalizadas. Esta salvedad es pertinente para no olvidar que estas formas de trabajo surgen de la necesidad, la desprotección y la vulnerabilidad económica y social de las clases populares.

Maldován Bonelli (2018) explica algunos de los desafíos que implican estudiar y construir la Economía Popular como campo de conocimiento. Según la autora, esta temática ha sido abordada recientemente por las ciencias sociales (principalmente en los últimos 20 años) y se encuentra en expansión. Las dificultades para estudiarla se sitúan en tres dimensiones fundamentales: la dimensión vinculada al campo académico, la dimensión de las representaciones sociales y la dimensión política.

En lo académico, el reciente y joven abordaje de la EP provoca que las conceptualizaciones provengan de tradiciones epistemológicas muy variadas, que se van enriqueciendo y sistematizando paulatinamente. A su vez, la delimitación del campo es difícil de establecer dada la complejidad y diversidad de experiencias que abarca. Además, la propia dinámica de los fenómenos vinculados a la Economía Popular está íntimamente y permanentemente atravesada y modificada por la coyuntura, lo que plantea desafíos a la hora de construir categorías y definiciones pertinentes.

En el ámbito de las representaciones sociales, las tensiones presentes tienen que ver con la noción de trabajo y el lugar de trabajadores -o no- de los sujetos que desarrollan este tipo de actividades. Estas nociones asumen muchas veces un papel reivindicativo, nombrando a estas actividades como trabajo y luchando por su reconocimiento, pero muchas otras veces se consideran degradadas, subsidiarias o momentáneas (incluso por los propios trabajadores) en comparación a un empleo formal asalariado. Esto se

debe en gran parte a la inestabilidad económico-social y la intervención del Estado del que dependen estas tareas en numerosos casos. Por último, es necesario profundizar en la función que las mujeres asumen en este campo, dado que representan el porcentaje mayoritario en los proyectos de cooperación, cuidado y autogestión, como el caso del manejo y organización de los comedores populares. Volveremos sobre este punto al referirnos a la Economía Feminista.

En la dimensión política, hablamos de sectores y sujetos que se encuentran en permanente tensión con el Estado y con las múltiples exclusiones que genera el capitalismo y el mundo del trabajo, lo cual complejiza su teorización. Asimismo, estas disputas se dan hacia el interior de los grupos que conforman el amplio abanico de la EP.

En nuestro país, uno de los principales actores de este sector en el sistema político es la UTEP (Unión de trabajadoras y trabajadores de la Economía Popular), un gremio que aglutina a la Corriente Clasista y Combativa (CCC), la Confederación de trabajadores de la Economía Popular (CTEP), Barrios de Pie y el Frente Popular Darío Santillán, en un esfuerzo por englobar las luchas de la Economía Popular con mayor unidad y organización. Emilio Pérsico y Juan Grabois (2014), dirigentes y militantes de este sindicato, ejemplifican y conceptualizan a la Economía Popular desde un lenguaje claro y simple, que permite acercarnos a esta realidad:

[...] Los compañeros que tuvieron que salir a inventarse el trabajo, revolver la basura en la noche fría para juntar plástico, papel y cartón, pasar noches en vela para recuperar la empresa quebrada, vender baratijas en trenes y colectivos, aprender a producir artesanías para subsistir, tirar la manta en la calle frente a la mirada adusta de la policía, bancar la parada en la feria, salir con el carro a caballo a fletear, subirse a la moto arriesgando la vida para llevar mensajes y encomiendas, cultivar la tierra frente a la amenaza constante del agronegocio, sostener un emprendimiento familiar ante la competencia de los capitalistas, pintar una escuela o barrer las calles por un mísero subsidio, cuidar chicos en el barrio, cocinar en los comedores, trabajar en espacios comunitarios... Todos estos compañeros fueron creando, desde esos basurales sociales, ejemplos de

trabajo, organización, lucha y dignidad. Lo que nosotros llamamos “Economía Popular”. (p. 2)

Hay en sus palabras y en su militancia una permanente alusión y reivindicación de “los excluidos”, “los marginados”, “los que sobran”, “los últimos de la fila”, “los que comen las migajas” y, a través de estas categorías, una profunda crítica a la economía capitalista y las múltiples desigualdades que genera y reproduce cotidianamente.

Recuperamos también la definición de Economía Popular de Sarria Icaza y Tiribia (2004) en un esfuerzo de sistematización de este sector, como:

[...] conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales. (p. 173)

Estas conceptualizaciones nos acercan a la Economía Popular y rescatan el lugar preponderante que tiene el despliegue de las estrategias de los sectores populares para la producción y la reproducción de la vida en un contexto sumamente desfavorecedor, desigual y excluyente. La territorialidad también es central para la Economía Popular: el barrio se erige como el principal espacio donde se despliegan dichas estrategias.

Desde el lugar del que formamos parte -la universidad y el campo de conocimiento- creemos fundamental reivindicar la categoría de trabajadores de los sujetos de la EP y seguir profundizando en estudios en esta materia, por la magnitud de los cambios en el mundo del trabajo que representan y organizan.

Sostenemos que la creación de estrategias desde *lo posible* en un contexto tan apremiante es una vía privilegiada para comenzar a pensar respuestas y planificar políticas tendientes a reducir las desigualdades existentes y transformar el mundo en el que vivimos. El reclamo actual por el reconocimiento del trabajo de las cocineras de comedores y merenderos comunitarios de todo el país, plasmado en un proyecto de ley presentado por la organización *La Garganta Poderosa* ejemplifica una política pública que apunta a la visibilización de estos sectores y su trabajo cotidiano. En esta misma línea se ubica el programa nacional *Potenciar Trabajo*, que desarrollaremos con profundidad en el capítulo 4.

### 1.3.4 La Economía Feminista

Al acercarnos a los conceptos de Economía Social, Economía Solidaria y Economía Popular, surge también, de manera emparentada e íntimamente relacionada en sus prácticas, el campo de la Economía Feminista, como disciplina que cuestiona la economía clásica e introduce nuevas variables en el estudio de la desigualdad social y económica.

La Economía Feminista como campo de conocimiento tiene una larga trayectoria que escapa a los objetivos de nuestra investigación. Sin embargo, creemos necesario repasar algunas de sus conceptualizaciones y principales debates, en vistas a pensar su relación con la Economía Social, Solidaria y Popular, sobre todo en lo referente a las prácticas y experiencias en las que estos conceptos se entrecruzan.

La Economía Feminista puede ubicarse dentro de un gran conjunto de miradas heterodoxas y alternativas a la economía clásica, centradas en la problematización de las múltiples formas de desigualdad, la pobreza y la concepción de hombre postulada por la economía ortodoxa.

En específico, la Economía Feminista se centra en las relaciones y la desigualdad de género, y postula la necesidad de realizar análisis económicos que tengan en cuenta esta dimensión. Según explica Rodríguez Enríquez (2015), los principales aportes de este campo se relacionan con la explicitación de la manera en que las sociedades resuelven la reproducción de la vida, dado que en la economía ortodoxa el foco está puesto en la producción, resultando invisibilizada la esfera reproductiva.

La Economía Feminista buscará entonces adentrarse en el rol que cumple la reproducción de la vida en el funcionamiento de la economía, realizando investigaciones en niveles macro, meso y micro y proponiendo estrategias para su visibilización y transformación. Algunos de los conceptos acuñados en este marco son: *economía del cuidado*, *división sexual del trabajo*, *organización social del cuidado* y *pobreza de tiempo*, entre otros (Rodríguez Enríquez, 2015).

Aquí es importante aclarar que la Economía Feminista encarna una visión profundamente política, pues no busca únicamente describir la realidad sino modificarla. Para ello, realiza propuestas y trabaja en el campo de las políticas públicas dirigidas a lograr mayores niveles de igualdad y equidad.

En las investigaciones dentro de este campo se han formulado críticas en relación a distintas escuelas de pensamiento económicas. Silvia Federici, por ejemplo, ha estudiado la teoría marxista y hecho valiosos aportes desde el feminismo. La autora (2018) explica que Marx habla de reproducción de trabajo y de la vida como objetivo en la construcción de una sociedad superadora del capitalismo, pero elude todas las actividades centrales que son necesarias para que la reproducción de la vida sea efectiva y que son mayormente realizadas por mujeres: procreación, tareas de cuidados, sexualidad y trabajo doméstico. Según menciona Federici (2018), Marx:

[...] piensa que esta reproducción queda cubierta desde el proceso de producción de mercancías, es decir, el trabajador gana un salario y con el salario cubre sus necesidades vitales a través de la comida, ropa... Nunca reconoce que es necesario un trabajo [...] para cocinar, para limpiar, para procrear. [...] lo ve como un proceso natural [...], no piensa que puede haber intereses diferentes entre hombres y mujeres de cara a la procreación, no lo entiende como un terreno de lucha, de negociación. (p.11)

En este sentido, si bien la autora reconoce que el pensamiento de Marx ha contribuido enormemente al desarrollo teórico del feminismo en algunos puntos fundamentales (concepción de la historia como proceso de lucha y como campo de disputa, naturaleza humana como resultado de las relaciones sociales, relación entre teoría y práctica, concepción de trabajo humano como fuente principal de creación de la riqueza y análisis vasto sobre el capitalismo), insiste en la falta de tratamiento de las actividades relacionadas con el trabajo de reproducción.

Por otro lado, según explica Corina Rodríguez Enríquez (2015), la Economía Feminista hace una crítica particular a la economía neoclásica (hoy paradigma dominante en la economía) centrada en la denuncia al androcentrismo presente en sus formulaciones.

Como explica la autora, la economía neoclásica extiende y generaliza las características del *homo economicus* (varón, adulto, blanco, heterosexual, de ingresos medios y sano) al resto de las personas, explicando la economía en base a este paradigma. De esta manera, las desigualdades y diversas formas de discriminación como el racismo, la discriminación por la orientación sexual o por motivos religiosos, la xenofobia y el sexismo quedan fuera del análisis, lo cual impide pensar las complejidades y la

heterogeneidad de experiencias de producción y reproducción de la vida realmente existentes en nuestras sociedades. En esta misma línea, muchos de los estudios en el campo de la Economía Feminista se centran en la participación económica de las mujeres y los mecanismos de discriminación y segregación en el mercado laboral. Un ejemplo de ello es la formulación del concepto de *techo de cristal* surgido en la década de 1980, que hace alusión a los mecanismos o barreras invisibles que impiden que las mujeres escalen en su trayectoria profesional y logren desempeñarse en altos cargos y funciones (Guil Bozal, 2008).

Asimismo, la Economía Feminista contribuye a la crítica de la economía ortodoxa en otros aspectos, tanto epistemológicos, metodológicos y del objeto de estudio. En el campo epistemológico, discute la existencia de un observador “objetivo”, neutral o carente de identidad. En lo metodológico, se cuestionan los métodos y técnicas hegemónicos en la ciencia económica, particularmente la primacía de la lógica hipotético-deductiva y de las matemáticas por sobre el análisis situado. Por último, respecto al objeto de estudio, la Economía Feminista cuestiona la propia definición de economía como ciencia de intercambios en el mercado, dado que, bajo esta definición, se invisibilizan todos aquellos trabajos no intercambiables en ese ámbito (Esquivel, 2015).

Habiendo hecho esta breve revisión, nos preguntamos de qué manera se relaciona la Economía Feminista con la ESSyP. En esta búsqueda, pueden encontrarse puntos en común y diferencias que nos interesa situar.

Ambas corrientes realizan una fuerte crítica al mainstream económico, ubicándose así en este gran campo heterodoxo de la economía ya mencionado anteriormente, construyendo conceptos novedosos y alternativos. Comparten asimismo la convicción de que la economía debe tener como fin último la reproducción de la vida y no la reproducción del capital. En términos de Coraggio (2015), se busca: “contribuir a asegurar la reproducción con calidad creciente de la vida de sus miembros y sus comunidades de pertenencia, o, por extensión, de toda la humanidad” (p. 47). Ambas perspectivas conciben a la economía mainstream como una perspectiva teórica y política que mantiene el statu quo y perpetúa las desigualdades existentes.

En esta línea, Esquivel (2015), menciona algunos puntos de partida que comparten los abordajes heterodoxos, del que la ESSyP y la Economía Feminista forman parte:

- la identificación del bienestar como la vara a través de la cual medir el éxito del funcionamiento económico (por oposición a los indicadores de desempeño estándar, como el crecimiento del PIB o la estabilidad macroeconómica);
- la incorporación del análisis de las relaciones de poder como parte ineludible del análisis económico, entendiendo que las instituciones, regulaciones y políticas nunca son “neutrales” en términos de género;
- la constatación de que los juicios éticos son válidos, inevitables e incluso deseables en el análisis económico; y
- la identificación de las múltiples dimensiones de desigualdad social –clase, etnia, generación– que interactúan con el género, reconociendo con ello que mujeres y varones no son grupos homogéneos y que las distintas dimensiones de la desigualdad se sobreimprimen y refuerzan entre sí. (p.5)

También ambas corrientes critican la concepción de *homo economicus* clásica, aunque con algunas diferencias. Mientras que la Economía Feminista critica la estilización y universalización de un *homo economicus* varón, blanco, sano, heterosexual y de ingresos medios, la ESSyP critica la ahistoricidad desde la concibe esta formulación en la economía clásica. La ESSyP construye su propia noción de *homo economicus*, considerando al mismo como un sujeto histórico que busca la satisfacción de sus necesidades consideradas legítimas socialmente y en función de sus posibilidades de existencia (Fachinetti Guillén, 2016).

La Economía Feminista y la ESSyP también convergen en la dimensión motivacional y relacional del trabajo, que se torna luego también política. Ambas corrientes se oponen a la idea de que todo intercambio es egoísta y motivado por el afán de lucro individual y la maximización de beneficios. En el caso de la Economía Feminista, lo que se opone al afán de lucro y al egoísmo postulados por la economía neoclásica es la generación de bienestar de quien es cuidado o cuidada, y, para la ESSyP, son los valores y las prácticas de solidaridad y reciprocidad del trabajo comunitario los que hacen frente a esta concepción individualista (Esquivel, 2015).

Ahora bien, la principal diferencia que encontramos entre estas dos corrientes tiene que ver con el lugar donde ubican el trabajo de cuidados, que tiene dimensiones materiales y emocionales.

Según explica Esquivel (2015), La Economía Social, Solidaria y Popular ubica a este tipo de trabajos como trabajo reproductivo al interior de la unidad doméstica. Si bien reconoce el status de trabajo de estas actividades, los considera como producción para el autoconsumo en un sistema cerrado y autosuficiente, acercándose a una visión polanyiana y cercana también a la economía clásica. No hay en sus conceptualizaciones una problematización de los roles de género asociados al trabajo productivo y reproductivo.

La Economía Feminista, en cambio, busca dinamitar esta concepción del trabajo de cuidados dentro del hogar, cuestionando los límites entre lo privado y lo público y los roles de género aparentemente naturales y neutrales. La Economía Feminista postulará que: “la provisión de cuidados en los hogares es “social” –mediada por una serie de relaciones sociales y de género–, “política” –moldeada por las políticas públicas– y “económica” –necesaria para la producción y complementaria de los ingresos en garantizar el bienestar [...]” (Esquivel, 2015, p. 9).

A su vez, si bien la ESSyP realiza un aporte fundamental en la construcción de un sujeto económico comunitario basado en lazos de reciprocidad, intercambio y acuerdo (oponiéndose a la competencia) que escapa a la lógica del mercado, del hogar y del Estado, la reciprocidad grupal no facilita ni asegura de manera automática la equidad de género (Esquivel, 2015).

En la presente investigación, a partir de una entrevista, se observó que algunos espacios de la Economía Social, Solidaria y Popular contemplan el trabajo de cuidados y brindan facilidades. Retomamos aquí algunos fragmentos de la entrevista realizada a la referente de una comercializadora:

*“Mi hermana viene acá y me dice “Che, ¿puedo traer a las chicas?”, y sí, obvio. Sino con quién lo vas a dejar. Eso también, que puedas venir a trabajar tranquila y no tengas que dejar a tu hijo en otro lado si vos podés venir y dentro de todo es un lugar seguro”.*  
(R1)

*“Nosotros entendemos. ¿Sino qué somos? ¿Qué estamos militando si te decimos “vení a abrir sí o sí, no importa que tu bebé...”? Eso pasa en el trabajo tradicional, donde te*

*quedás sin trabajo porque tu hijo está enfermo. Entonces es eso, siempre cuidarnos entre todas y hacer lo posible". (R1)*

Sin embargo, en esta situación se visibiliza que, a pesar de las facilidades que puede brindar un determinado espacio, el trabajo de cuidados se sigue concibiendo como responsabilidad de la madre o de las mujeres en general, reproduciendo una doble o triple jornada laboral. La entrevistada refiere:

*"Es un poco a la vez contradictorio... Porque nosotros le decimos a las chicas y yo vengo con mi bebé [...] Pero bueno, también es exigirle a otra a que venga con su hijo mientras está trabajando, que cuide a su hijo y todo. Pero bueno, no tiene con quien dejarlo y está bien que venga. Pero bueno, es un doble esfuerzo para ella porque tiene que atender el almacén y tiene que cuidar al bebé a la vez. Pero sino también, ¿a dónde lo deja?" (R1)*

En este sentido también la entrevistada refirió que la organización y las políticas deben incidir en el trabajo de cuidados, reconociéndolo como tal y pagando por él, y que, en un futuro, esperan contar con un espacio de cuidados para niños y niñas en la comercializadora donde haya personas dedicadas a ello y se reconozca ese trabajo con un salario.

Por lo expuesto anteriormente, consideramos que la Economía Feminista y la ESSyP no son compatibles per se. Si bien cercanas en sus formulaciones, nacen de tradiciones distintas y tienen concepciones que no son necesariamente concordantes. Sin embargo, sí pensamos que los cruces y aportes que pueden realizarse entre ambos marcos analíticos resultan enriquecedores y pueden fecundar estudios que tiendan a la disminución de las múltiples desigualdades existentes. A su vez, reconocemos que existe una creciente problematización de la desigualdad de género en el circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular.

En concreto, consideramos que el aporte de la Economía Feminista en la consideración y el reconocimiento del trabajo de cuidados es fundamental para pensar la Economía Social, Solidaria y Popular que queremos: aquella que cuestione el sistema capitalista actual en todas las dimensiones de discriminación, violencia y desigualdad que genera.

## 1.4 La Economía Social, Solidaria y Popular: hacia una convergencia

Luego de la revisión de algunos de los principales conceptos y trayectorias de los espacios de la Economía Social, la Economía Solidaria, la Economía Popular y la Economía Feminista, adscribiremos en este trabajo a la denominación de Economía Social, Solidaria y Popular que se define en la modificación del proyecto de ley de Economía Social y Solidaria provincial, que busca precisamente incluir al campo de la Economía Popular dentro de este gran marco:

[...] se entiende por Economía Social, Solidaria y Popular (E. S. S. y P.) al conjunto de prácticas de producción, comercialización, distribución, financiamiento y consumo digno y responsable que operan según principios de solidaridad, cooperación y autoridad legítima; cuyo sentido no es el lucro sin límites, sino la resolución de las necesidades de los trabajadores, trabajadoras, sus familias, comunidades y del ambiente; para lograr una sociedad más justa, inclusiva e igualitaria. (p.5)

Y se agrega:

En estas actividades económicas los trabajadores y trabajadoras aportan principalmente su fuerza de trabajo, resultando los ingresos provenientes de estas actividades sostén fundamental de los individuos y/o grupos; realizando prácticas económicas autogestionadas para su subsistencia y reproducción de la vida, para acceder a derechos que garanticen una vida digna y su condición de ciudadanía, y mediante su trabajo construyen redes en los territorios. (pp.5-6)

Es interesante resaltar que, en nuestra provincia, la inclusión de la Economía Popular al gran campo de la Economía Social y Solidaria es un posicionamiento actual que busca instalarse en el proyecto de modificación de la ley vigente de Economía Social y

Solidaria, data del año 2012 (Ley provincial 8.435). El proyecto de ley se encuentra actualmente ingresado en la Legislatura Provincial.

En dicho proyecto se justifica este posicionamiento en base al crecimiento de la Economía Popular en los últimos años en la cantidad de actores que representa y en la similitud de valores y prácticas que persigue en relación a la Economía Social y Solidaria. Además, se entiende que las condiciones sociales, económicas, culturales y políticas han cambiado en los últimos 10 años, lo cual precisa de nuevas respuestas desde las políticas públicas en relación a estos sectores que son de por sí dinámicos y cambiantes.

Valoramos este proceso de discusión y debate para la inclusión de la Economía Popular, ya que consideramos que, si bien la corriente de la Economía Social y Solidaria difiere en muchos puntos de la Economía Popular, el contexto en el que estamos inmersos requiere una reunión de consensos y criterios para enfrentar la crisis económica y social actual. Sostenemos que las perspectivas integrales y heterodoxas, capaces de incluir a múltiples actores y de proyectar soluciones creativas son más estratégicas que las visiones esencialistas o cerradas.

En este sentido, Ariel Guarco (2022), actual presidente de la Confederación Cooperativa de la República Argentina (COOPERAR) rescata que la Economía Social y Solidaria (específicamente el cooperativismo) y la Economía Popular comparten una visión común que puede identificarse en 3 aspectos fundamentales:

La idea de que la economía debe estar al servicio de las personas y no del capital, [...] que es mejor construir economía cooperando y no compitiendo [...] y el compromiso con la democracia económica, entendiendo como tal la gestión democrática de las empresas, la desmonopolización y el acceso equitativo a los bienes, servicios y recursos. (p.31)

Hay en la Economía Social, Solidaria y Popular una común preocupación por el aumento de la desigualdad, la pobreza, el riesgo de supervivencia física y la concentración de la riqueza en manos del sistema neoliberal. Junto con ello converge también en estas corrientes la convicción de que puede existir otra economía alternativa que supere al capitalismo tradicional (Roitman, 2016) capaz de asegurar a la población una mejor

calidad de vida. Las prácticas y experiencias dentro del gran sector de la ESSyP buscan dirigirse en ese sentido.

Por lo tanto, hablaremos de grupos, organizaciones e instituciones que trabajan para una economía que “crea sociedad” (Roitman, 2016), en el sentido de que el foco está puesto en el desarrollo humano y en el fortalecimiento de lazos comunitarios, y no en la acumulación de capital.

Asimismo, si bien no la incluiremos en la definición de esta investigación, consideramos pertinente leer nuestros análisis a la luz de la Economía Feminista, valorando sus aportes y conceptualizaciones. Las críticas de la Economía Feminista a distintas vertientes de la economía nos invitan a reflexionar acerca de los roles de género asignados socioculturalmente y la centralidad del trabajo de cuidados en la reproducción de la vida, como sostén del sistema económico actual.

Por ello, la Economía Social, Solidaria y Popular no puede quedar ajena a estas importantes teorizaciones y debe trabajar, en la práctica, en detectar con agudeza la persistencia de la desigualdad de género para no seguir reproduciéndola, incluso dentro de un espacio considerado de lucha y resistencia como lo es la ESSyP.

Por último, más allá de las definiciones brindadas, entendemos que el campo de la Economía Social, Solidaria y Popular es dinámico, hace alianzas y presenta entrecruzamientos con otros sectores y perspectivas, que en la práctica no son tan fácilmente reconocibles, pues no se encuentran delimitados con exactitud. En este sentido, suele ocurrir que algunos de estos conceptos se encuentran indiferenciados o se presentan como sinónimos en la bibliografía consultada. Asimismo, algunos de los actores entrevistados refirieron que, si bien lo conceptual es relevante, lo central en este campo está dado por las experiencias que reúne, los valores que persigue y los lazos que se generan:

*“[...] esa diferencia de nomenclatura, bueno... quizás es un análisis un poco más teórico, no sé si es tan práctico en mi opinión. Lo comparto porque entiendo que de cómo se entiendan esos conceptos, se despliegan prácticas diferentes, pero me parece que a veces es más interesante ver hacia dónde vamos y cómo estamos tratando de llegar, que cómo lo nombramos.” (R2)*

*“Todos esos conceptos han nacido aislados y hoy el desafío es integrarlos. La verdad es que ponerse a discutir si es economía social, si es solidaria o si es popular, si no*

*tiene que ver con la economía circular o verde, me parece que hay que superar esa historia.” (R3)*

Entendemos que hay una intención de superar ciertos atomismos conceptuales en pos de un proyecto común y transformador, considerando también que la realidad y la cotidianeidad de las organizaciones y grupos que forman parte de la Economía Social, Solidaria y Popular está principalmente centrada en las prácticas que despliegan.

## 1.5 El circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular en Mendoza

### 1.5.1 Surgimiento de la Economía Social, Solidaria y Popular en Mendoza

Como ya se mencionó en apartados anteriores, los orígenes de la Economía Social, Solidaria y Popular son diversos y difíciles de definir y sistematizar, pues se relacionan con prácticas y modos de organización de la producción, la comercialización, el consumo y la reproducción de la vida muy variadas.

En Argentina, los orígenes de este gran campo se emparentan con las corrientes tradicionales europeas de cooperativismo y mutualismo presentes en el país a partir de las oleadas inmigratorias de fines del siglo XIX y principios del siglo XX y también con los saberes, prácticas y costumbres de pueblos originarios del territorio que hoy llamamos Argentina (Aguilar, 2020).

A su vez, se asiste a un “reverdecer” de la Economía Social y Solidaria durante la década de 1990 y 2000 (Gallo y Jurado, 2015) en un contexto de crisis económica y social generalizadas, gran porcentaje de desempleo, pobreza e indigencia y retroceso de derechos laborales fundamentales. Durante esta época, signada por el neoliberalismo, el Estado presenta políticas públicas de focalización y asistencia a los casos más vulnerables, característico de un Estado mínimo.

Tal como explican los autores, vastos sectores de la sociedad buscaron dar respuesta a los problemas económicos y sociales desatados por la crisis. Cortese, Fernández, Jara y Pérez (2004) ejemplifican este proceso con el caso de las organizaciones de trabajadores desocupados, quienes participaron de proyectos y labores comunitarias, buscando transformar los subsidios estatales de aquel entonces en una herramienta de

organización y autogestión y teniendo como objetivo el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores/as y sus familias.

Es en este contexto donde irrumpen con fuerza las antiguas y nuevas formas de organización de la Economía Social y Solidaria. A las tradicionales cooperativas, mutuales y asociaciones se agregan clubes de trueque (masificados durante los años 2001 y 2002), organizaciones de la agricultura familiar y movimientos campesino-indígenas, bancas populares, empresas recuperadas por sus trabajadores y trabajadoras, clubes barriales, nuevas cooperativas, ferias populares y un crecimiento exponencial de los comedores populares por la apremiante crisis.

Todas estas nuevas organizaciones de la Economía Social y Solidaria se enmarcaron dentro del denominador común del trabajo asociativo, autogestivo y colectivo (Gallo y Jurado, 2015). Estas formas de trabajo son también antecedentes directos de la conformación de la Economía Popular en la provincia (Bertolotti, Ortubia Díaz y Ramírez, 2021).

En este marco de florecimiento de experiencias vinculadas con la Economía Social y Solidaria ante la disruptiva y extensiva crisis, muchas de las organizaciones de este gran campo comenzaron a reclamar la institucionalización de la Economía Social y Solidaria y su reconocimiento por parte del Estado. Esta búsqueda se cristalizó en la formación de foros, reuniones y articulaciones entre distintos sectores con el gran objetivo de construir una legislación adecuada que reconociera estas experiencias y formas de trabajo.

Gallo y Jurado (2015) explican que es difícil establecer con precisión los orígenes de prácticas tan diversas y plurales como las que conforman la ESSyP, pero que la legislación y el recorrido para llegar a ella constituyen claves fundamentales para entender los procesos provinciales en esta materia.

Los autores plantean que, si bien muchas provincias se destacaban en la adopción de prácticas asociativas, comunitarias y cooperativas, Río Negro y Mendoza fueron dos de las provincias pioneras a nivel nacional en materia de legislación y reconocimiento estatal de la Economía Social y Solidaria. Estas provincias, además, adoptaron en sus legislaciones un enfoque territorial y local.

Al calor de las discusiones y experiencias a nivel nacional, en el caso de Mendoza, la Economía Social y Solidaria comenzó a crecer paulatinamente a partir de la década del 2000, proceso que se observa en el establecimiento y creación de algunas

organizaciones pioneras, como El Arca, la UST y Gráficos Asociados (Aguilar, 2020). El camino hacia la legislación estuvo caracterizado por ser un proceso participativo de distintos actores de la ESyS desde sus comienzos.

Uno de los antecedentes principales es la constitución de la Mesa Promotora Intersectorial de Economía Social y Desarrollo Local en el año 2006, devenida en el año 2007 en Mesa de Economía Social. Este espacio de articulación política se constituyó como la base para promover el desarrollo de la Economía Social en Mendoza. Según Gallo y Jurado (2015), esta red “se inició a partir de inquietudes vinculadas a aspectos socioeconómicos, y se trató de una experiencia concreta de coordinación amplia, que abarcó organizaciones sociales, sindicales, empresariales y organismos estatales” (pp.92-93). También cabe destacar la participación de representantes de la Universidad Nacional de Cuyo como organismo estatal (Aguilar, 2020).

En el año 2010, se llevó a cabo en el departamento de San Carlos el Primer Foro Regional de Economía Social, pionero a nivel nacional. Los sucesivos foros, llevados a cabo en Las Heras (2do, 2010), Maipú (3ro, 2011), San Martín (4to, 2011), Capital (5to, 2012), tuvieron como principal objetivo promover la Economía Social y Solidaria en la provincia, generando redes y articulaciones entre diversos y múltiples actores, visibilizando este gran campo y orientándose hacia su reconocimiento en la legislación.

El 27 de junio de 2012, finalmente, se sancionó en Mendoza la Ley Provincial N°8435 de Promoción de la Economía Social y Solidaria, en base a los valores, objetivos y articulaciones surgidas de los numerosos foros anteriores. El 3 de diciembre de 2013 se reglamentó la ley, creando así la Dirección provincial de Economía Social y Asociatividad.

Luego de la reglamentación de la ley, se continuó con la realización de foros, siguiendo el camino iniciado. Así, se realizó el 6to foro en San Rafael (2013), el 7mo en Guaymallén (2015), el 8vo en la UNCuyo (Ciudad) y en la Cooperativa La Terre (Guaymallén) en el año 2019, el 9no de manera virtual por el contexto de pandemia (2020) y el último en la Legislatura provincial en el año 2022, con motivo de la presentación del proyecto de ley de modificación de la ley 8.435 de ESSyP y celebración de los 10 años de la aprobación de la ley provincial de Economía Social y Solidaria. El último foro estuvo signado por la confluencia de actores de la Economía Social y Solidaria y la Economía Popular, y se buscó, además de celebrar el camino recorrido, poner en agenda y debatir los desafíos actuales de la ESSyP.

Algunos de los puntos fundamentales de este último foro se relacionan con el proyecto de modificación de la ley, que indica la ampliación de los actores, organizaciones y grupos que conforman la ESSyP, incluyendo al vasto sector de la Economía Popular, el reconocimiento de las mujeres como la mayoría que conforma la ESSyP y la búsqueda de la equidad de género, las compras públicas y los fondos destinados a la ESSyP por parte del Estado, las dificultades en la comercialización y el fomento del consumo responsable y el comercio justo, la incorporación de los valores y saberes de la ESSyP en los sectores educativos, el camino hacia la soberanía alimentaria, la articulación entre el Estado y las organizaciones sociales, el desarrollo local, entre otros.

Cabe destacar que el Foro es un espacio de articulación que sigue en funcionamiento, con reuniones periódicas, donde se trabajan los ejes y problemáticas del sector y se buscan acompañar de manera conjunta las iniciativas y luchas de los distintos actores que lo conforman. Ejemplo de ello han sido el apoyo a la Cooperativa La Terre en el proceso judicial de remate (2020) y el posterior fomento de la comercialización de sus productos, la campaña “Ida y vuelta” para evitar el remate de la empresa recuperada Gráficos Asociados, el acompañamiento a COREME (cooperativa de recuperadores urbanos de Mendoza) en el proceso de clausura de su planta de trabajo en Las Heras, la difusión de nuevos espacios de comercialización existentes, el trabajo con el Estado para conseguir financiamiento y acceder a capacitaciones y la articulación con la Universidad Nacional de Cuyo.

Es menester mencionar que este espacio de articulación no está exento de disputas internas, debates y desacuerdos. Este espacio forma parte y representa en gran medida al campo de la ESSyP en Mendoza, contando con su propia lógica, alianzas y estrategias, en las que ciertos actores tienen más poder que otros.

Algunas de las dificultades presentes en el Foro se relacionan con intereses político-partidarios que impiden ciertas articulaciones estratégicas, falta de participación o participación esporádica de sus miembros, carencia de jóvenes que puedan interesarse en la temática, poca participación de sectores de la Economía Popular ya que este sector tiene sus propias redes y mesas de debate, etc.

Así lo menciona uno de los entrevistados, quien explica que, desde su organización, si bien han participado del Foro, no han sostenido esa participación en el tiempo, ya que lo consideran limitado en las voces que se encuentran allí representadas:

*“Suelen ser espacios más bien reducidos los foros por la Economía Social, los encuentros de Mercados de Cercanía... Están ahí, hay que fortalecerlos mucho más. Y sería para mí muy interesante que eso se pueda fortalecer en cuanto a la pluralidad de las voces”.*

A su vez, tratándose de un espacio autogestivo y sostenido únicamente por sus miembros de manera voluntaria, no cuenta con fondos para fomentar y acompañar las iniciativas propuestas y deseadas, lo cual dificulta el alcance y la sostenibilidad en el tiempo de las mismas. Entendemos al Foro de Economía Social como un espacio de construcción, denuncia, diagnóstico, integración, articulación y discusión en lo referente a la ESSyP de Mendoza.

Por último, si bien ya fue mencionado, es importante aclarar que actualmente se encuentra ingresado en la Legislatura el proyecto de ley de modificación de la Ley provincial de Promoción de la Economía Social y Solidaria N°8.435, que busca reconocer e incluir a la Economía Popular dentro de este campo, entendiendo que la legislación debe promover “formas nuevas de hacer frente a realidades nuevas”, según planteó un referente provincial de la temática en el 10mo Foro de Economía Social, Solidaria y Popular.

A su vez, la ley busca crear el Instituto de Economía Social, Solidaria y Popular, ampliar los fondos estatales destinados al desarrollo del sector, fomentar la equidad de género, promover el conocimiento y capacitación sobre la ESSyP, aumentar las compras públicas a la ESSyP a un piso del 10%, crear un sello distintivo de ESSyP en los productos que se comercializan para visibilizar y promocionar su compra, entre otros. El acompañamiento y compromiso de funcionarios/as públicos/as y legisladores/as es central en esta instancia para el efectivo tratamiento del proyecto en la Legislatura Provincial.

### **1.5.2 La Economía Social, Solidaria y Popular en datos: Argentina y Mendoza**

Habiendo planteado algunos de los debates teóricos centrales dentro del ámbito de la ESSyP y su surgimiento, nos proponemos enumerar y caracterizar a las organizaciones y actores que forman parte de la Economía Social, Solidaria y Popular en nuestro país y en nuestra provincia con el fin de dimensionar el peso y el lugar que éstos ocupan en el sistema económico. Si lo que buscamos es que estos sectores crezcan y se

desarrollen en vías de seguir formando una racionalidad económica distinta, es necesario primero conocerlos y ubicarlos.

De allí se deriva la relevancia del registro y la formalización de todas estas unidades productivas, que son aún muy incipientes y precarias en comparación a la cantidad de experiencias que realmente se encuentran funcionando. En este sentido, por ejemplo, los organismos estadísticos oficiales (INDEC a nivel nacional y DEIE a nivel provincial) no relevan información específica sobre este campo. Según explican Bertolotti, Ortubia Díaz y Ramírez (2021), las actividades desarrolladas en el sector de la ESSyP quedan invisibilizadas tras las categorías de subempleo, desempleo y autoempleo.

Por eso, los datos que recopilamos en este apartado provienen de otras fuentes oficiales e investigaciones académicas, que deben interpretarse como un fragmento de la realidad de la Economía Social, Solidaria y Popular nacional y provincial. Aun así, incluirlos y visibilizarlos resulta imprescindible para tener una primera base sobre la cual realizar análisis.

En esta sección recopilaremos datos provenientes de los organismos estatales que trabajan dentro de la ESSyP, tanto a nivel nacional como provincial. Entre ellos encontramos a nivel nacional: el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES) dependiente de la Jefatura de Gabinete de ministros, y la Secretaría de Economía Social nacional, perteneciente al Ministerio de Desarrollo Social de Nación. A nivel provincial, encontramos a la Dirección de Economía Social y Asociatividad dentro del Ministerio de Desarrollo Social, Salud y Deportes de Mendoza y al Área de Economía Social del Centro de Referencia Mendoza del Ministerio de Desarrollo Social de Nación. Además, incluiremos datos de otros organismos locales y relevamientos para ampliar el mapa de la ESSyP de Mendoza.

Como mencionamos en el apartado anterior, la Economía Social y Solidaria y la Economía Popular, si bien se cruzan y comparten muchos de sus valores y principios, presentan diferencias sustanciales. Esto explica su separación en los registros y bases de datos.

Comenzaremos entonces caracterizando a la **Economía Popular**. Para ello, nos basaremos en dos fuentes de datos: por un lado, el Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadores de la Economía Popular (ReNaTEP) y, por el otro, un relevamiento realizado por María Florencia Bertolotti, Eliana Ortubia Díaz y María Carolina Ramírez

(2020-2021) sobre la situación de la Economía Popular en Mendoza, para ampliar la información consignada en el ReNaTEP.

El Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadores de la Economía Popular (ReNaTEP) es un registro que forma parte de una política pública amplia dentro de la Secretaría de Economía Social perteneciente al Ministerio de Desarrollo Social de Nación. A través del mismo se busca identificar y visibilizar la composición y características del sector de la Economía Popular, erigiéndose como un primer paso hacia el camino de la formalización (ReNaTEP, 2022).

El relevamiento realizado por las investigadoras Bertolotti, Ortubia Díaz y Ramírez, por su parte, fue diseñado en base a antecedentes de registros oficiales (entre los que se encuentra el ReNaTEP) y otros estudios realizados por expertos en la temática. Tiene el valor de haberse llevado a cabo en conjunto con organizaciones del sector y de indagar en dimensiones ausentes en el ReNaTEP, como la forma de organización del trabajo.

La diferencia principal entre ambas fuentes tiene que ver con la unidad de análisis que utilizan. Mientras que el ReNaTEP toma como unidad al trabajador/a individual, las autoras se basan en la unidad de trabajo, que puede ser individual o colectiva (Bertolotti et al., 2021).

La unidad de trabajo (UT) corresponde “al conjunto de actividades socio-laborales, realizadas de forma individual o asociativa, orientadas principalmente a garantizar la reproducción de la vida, con fines comerciales y/o comunitarios” (Bertolotti et al., 2021, p. 6). Dentro de las UT, se distinguen dos tipos:

- a) Socio-productivas: dedicadas a la producción de bienes y/o servicios para el intercambio y/o autoconsumo
- b) Socio-comunitarias: aquellas unidades de trabajo que brindan un servicio a la comunidad de la que forman parte, tales como comedores, merenderos, espacios de contención o primera infancia, entre otros.

En dicho estudio, se relevaron un total de 593 unidades de trabajo, de las cuales 308 son socio-productivas y 285 socio-comunitarias. Se destaca que la mayoría de las UT socio-comunitarias relevadas (69%) comenzaron a funcionar en el período 2015-2019, durante el gobierno nacional de Mauricio Macri y el gobierno provincial de Alfredo Cornejo. Según explican las autoras, este surgimiento se explica principalmente por dos

factores: por un lado, la crisis económica (agravada durante la pandemia) que obligó a la ampliación y puesta en marcha de comedores y merenderos para hacer frente al hambre; por otro lado, la promulgación de la Ley de Emergencia Social en 2016, que reconoció a las y los trabajadoras/es de los comedores como tales, otorgándoles un salario social complementario (hoy Potenciar Trabajo).

Respecto a las UT socio-productivas, la mayoría de ellas (72%) también se crearon en un período similar (2015-2021) aunque con una mayor dispersión en el año de inicio, respondiendo también a la crisis económica y social, el alto nivel de desempleo y pobreza.

Consideramos pertinente entonces utilizar ambas fuentes de datos de manera complementaria, teniendo en cuenta la diferencia mencionada sobre las unidades de análisis.

Según el último informe de ReNaTEP (noviembre de 2022), en Argentina existen actualmente 3.457.669 personas inscriptas como trabajadoras de la Economía Popular, de las cuales 2.004.702 son mujeres, conformando el 58% de la población. Respecto a lo etario, se observa una composición mayoritariamente joven: el 62,5% de los/as trabajadores/as tiene entre 18 y 35 años. A nivel provincial, según el relevamiento de Bertolotti et al. (2021), un 60% de las personas que trabajan en unidades de trabajo de la Economía Popular se concentran en edades activas, entre 26 y 45 años.

Esto se condice con los análisis teóricos que explican la preeminencia de mujeres y jóvenes en estos sectores. Además, tal como lo analizamos en el apartado de la situación económica y social de Mendoza, se encuentra que el sector más desfavorecido del mercado laboral es aquel compuesto por mujeres jóvenes de las zonas urbanas. Si bien no puede establecerse una correlación directa entre estos dos indicadores con los datos aportados, sí podemos pensar que hay una relación entre la exclusión del mercado laboral formal clásico de ciertos sectores y la inclusión de estos mismos sectores en circuitos alternativos, como el de la Economía Social, Solidaria y Popular.

En la provincia de Mendoza, hay 91.364 personas inscriptas como trabajadoras de la Economía Popular, representando un 2,8% del total nacional. Se verifica un crecimiento en el registro respecto al penúltimo informe de ReNaTEP (abril 2022), que contaba con 80.463 personas inscriptas, representando un 2,6% del total nacional. Esto no necesariamente se traduce en un crecimiento del sector a nivel provincial, pero sí un evidente aumento del registro y la formalización, lo cual favorece el desarrollo de la

Economía Popular en el acceso a subsidios, créditos y otros beneficios estatales. En el estudio de Bertolotti et al., por ejemplo, el 45% de los/as referentes de las unidades de trabajo relevadas no está incorporado al ReNaTEP. Esto implica que, si bien hay un aumento en la formalización, aún hay muchos trabajadores/as que forman parte del sector que no están registrados como tales. Se deduce entonces que la Economía Popular provincial es más amplia en sus dimensiones que lo indicado en los registros oficiales.

En cuanto a la distribución geográfica hacia el interior de la provincia, la investigación llevada a cabo por Bertolotti et al indica que la mayoría de las UT relevadas se encuentra en el Gran Mendoza (52%), principalmente en Guaymallén, Maipú y Las Heras. En segundo lugar, el 36% de las UT relevadas se ubica en la zona este de la provincia (Rivadavia, Junín, San Martín, Santa Rosa, La Paz y Lavalle). Luego, en el Valle de Uco (Tupungato, Tunuyán y San Carlos), se concentran un 8% de las UT. Por último, en el Sur (Malargüe, San Rafael y General Alvear) se encuentran solo un 4% de las UT estudiadas.

Respecto a las ramas de actividad en las que se desarrolla la Economía Popular, las categorías de actividades consignadas en el ReNaTeP son:

- Servicios personales y otros oficios
- Servicios sociocomunitarios
- Comercio popular y trabajos en espacios públicos
- Construcción e infraestructura social y mejoramiento ambiental
- Agricultura familiar y campesina
- Recuperación, reciclado y servicios ambientales
- Industria manufacturera
- Transporte y almacenamiento

La mayor cantidad de personas a nivel nacional se agrupa en los rubros *Servicios personales y otros oficios* (33,6%) y en *Servicios sociocomunitarios* (28,8%), seguido de *Comercio popular y trabajos en espacios públicos* (11,8%).

En comparación al penúltimo informe de ReNaTEP (abril 2022), las ramas de actividad con mayor crecimiento a nivel nacional son: *Recuperación, reciclado y servicios ambientales*, *Transporte y almacenamiento* y *Servicios personales y otros oficios*, habiendo aumentado sus inscripciones en un promedio de 13%.

Si indagamos como se distribuyen geográficamente estas ramas de actividad, encontramos una comparativa por regiones. En la región Cuyo, formada por Mendoza, San Juan y San Luis, se concentra el 7,5% de la *Industria Manufacturera* nacional y el 7,2% de la *Agricultura Familiar y Campesina* nacional.

En el relevamiento de Bertolotti et al. (2021), las unidades de trabajo relevadas de la Economía Popular provincial se ubican mayoritariamente en *Servicios comunitarios* relacionados con la asistencia alimentaria (48%), seguidos de *Agricultura Familiar y Campesina* (16%) e *Industria manufacturera* (13%), principalmente de alimentos y textiles.

Ambos registros tienen en común la preeminencia de la Agricultura y la Industria en la Economía Popular mendocina, aunque en el relevamiento de Bertolotti et al. se destacan los servicios comunitarios en el primer lugar de incidencia.

Entre las ocupaciones de los y las trabajadores/as de la Economía Popular, encontramos: albañil/durlero, ciclero/a, carpintero/a, electricista, fabricante de calzados, ladrillero/a, feriante, piletero/a, jardinero/a, paseador/a de perros, pintor/a, peluquero/a, depilador/a, masajista, depiladora, recolector/a de basura, trabajador/a de medio de comunicación comunitario, vendedor/a ambulante, lustrabotas, vidriero/a, promotor/a de género u ambiental, artista callejero/a, artesano/a, operario/a de planta recicladora, limpia vidrios o vehículos, fletero/a, mensajero/a, trabajador/a de delivery, transporte de pasajeros, servicios informáticos, gomería y cuidados de niños/as, personas con discapacidad o personas mayores.

Creemos importante nombrar estas ocupaciones para dimensionar el lugar que tienen en la vida cotidiana y en el funcionamiento de la economía diaria, entendiendo de esta forma que la Economía Popular forma parte del sistema económico y de la realidad de millones de personas, tanto de manera directa como indirecta, tal como lo revisamos anteriormente en la conceptualización de la EP.

También resulta relevante destacar la relación entre el género y las ocupaciones que forman parte de la Economía Popular. Según el último informe de ReNaTEP, las ocupaciones relacionadas con las tareas de cuidados, los servicios de limpieza, las actividades vinculadas a lo estético (manicuría, depilación, peluquería) y a la promoción contra la violencia de género están feminizadas en un 86% aproximadamente; mientras que las actividades de transporte, seguridad, construcción y arreglo de

electrodomésticos presentan un predominio de la población masculina en un 90% aproximadamente.

Llama poderosamente la atención el hecho de que la promoción contra la violencia de género esté tan fuertemente feminizada. Eso puede indicar que la violencia de género sea todavía concebida como una problemática de mujeres/para mujeres, y que, en consecuencia, no sea abordada desde los varones y la perpetuación del poder y la violencia.

Según el estudio de Bertolotti et al., los servicios comunitarios, integrados por comedores, merenderos y otros servicios (de salud, socioeducativos, de cuidados, promoción de derechos, deportes, cultura y comunicación) son llevados a cabo mayoritariamente por mujeres con hijos/as menores de 18 años a cargo, que cuidan mientras trabajan o dejan a cargo de un vecino/a o familiar. Según exponen las autoras (2021),

La simultaneidad de tareas, así como la difuminación de las fronteras entre los ámbitos familiar/laboral, público/privado, expone que el trabajo de las mujeres dentro de la economía popular se presenta como un continuo, como una “doble/triple presencia femenina” entre la casa, el comedor/barrio y la organización social. (p. 13)

Esto implica, por un lado, la posibilidad de estas mujeres de conjugar el trabajo socio-comunitario con el trabajo de cuidados, pero alerta acerca de la sobrecarga mental y física de las mismas al llevar a cabo varias tareas simultáneamente y no separar el espacio de trabajo del de descanso o recreación. Además, no cuestiona el rol de cuidadoras de las mujeres asignado socialmente (Bertolotti et al., 2021).

Por este motivo, no podemos obviar que la desigualdad de género y sus múltiples efectos estén presentes en estos circuitos. Cabe mencionar, además, que estos espacios comunitarios (mantenidos mayoritariamente por mujeres) fueron fundamentales para el sostenimiento de la vida en los territorios durante la pandemia del COVID 19 (Bertolotti et al., 2021), desplegando estrategias para alimentar y cuidar a niños, niñas y adolescentes cuyas familias quedaron postergadas y excluidas ante la imposibilidad de trabajar con “normalidad” durante el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPA). Y, aún hoy, con la pandemia del COVID-19 ya finalizada, son estos

espacios los que hacen frente a la pobreza, hambre, la violencia y la marginación en un contexto socioeconómico alarmante.

Por estos motivos, la perspectiva de la Economía Feminista que desarrollamos con anterioridad resulta fundamental, pues visibiliza el trabajo de las mujeres en estos circuitos y también en el modo de producción capitalista en el que vivimos, dando cuenta de la centralidad de las tareas del hogar y de cuidados para la producción, denunciando asimismo la desigualdad y la asignación de roles según el género.

Tras esta caracterización de datos sobre la Economía Popular en Mendoza y en Argentina en base a los estudios mencionados, se torna necesario aclarar que, en el registro oficial de la Dirección Provincial de Asociatividad y Economía Social llamado RUESyS (Registro único de Economía Social y Solidaria), la representación de la Economía Popular es muy escasa, no pudiendo dar cuenta de su peso a nivel provincial.

Esto indica la importancia de tomar en cuenta y cruzar distintas fuentes de datos para realizar el análisis, debido a que muchas son contradictorias, están desactualizadas, repiten datos, o no se condicen con la realidad por diversos motivos. En este caso, el registro oficial que más nos permitió acercarnos al tamaño y la caracterización de la Economía Popular provincial es el registro nacional y no el provincial, al que añadimos el valioso estudio realizado por Bertolotti, Ortubia Díaz y Ramírez.

Respecto a la **Economía Social y Solidaria**, contamos con registros a nivel nacional como provincial, que también resulta necesario cotejar. A nivel nacional, encontramos, por un lado, la Actualización Nacional de datos de Cooperativas y mutuales, dependiente del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES) y la información proveniente de la Confederación Cooperativa de la República Argentina (COOPERAR), que nuclea a 76 entidades que representan a su vez 5.000 entidades de base. Por otro lado, contamos con el Registro Nacional de Empresas Recuperadas, también dependiente del INAES.

La última Actualización Nacional de datos de Cooperativas y mutuales del INAES corresponde al año 2019 y brinda una aproximación respecto a la cantidad de cooperativas, mutuales y asociados que hay en el país, indicando también los principales rubros de trabajo de las mismas.

Según este registro, hay a nivel nacional 8.618 cooperativas y 3.039 mutuales. Este dato es aproximativo, ya que se refiere a las cooperativas y mutuales que realizaron el trámite online de Actualización Nacional de datos, pero es posible que haya más cooperativas

y mutuales funcionando de las allí registradas. También se observa que hay 17.818.197 personas asociadas a cooperativas y 10.129.547 asociadas a mutuales. Esto indica que un gran porcentaje de la población nacional está comprendida y participa en alguna de estas dos formas asociativas.

En el caso de las cooperativas, el 37,64% de la población nacional (tomando como referencia el último censo de población 2022) está asociado a una cooperativa; y el 21,4% está asociado a una mutual, ya sea en forma de activo, adherente o participante. Además, si sumamos la población que está comprendida bajo alguna de estas dos formas, encontramos que casi el 60% de los/as argentinos/as están asociados en cooperativas o mutuales.

Según el INAES (2019), los principales rubros de desarrollo de las cooperativas a nivel nacional (por objeto social) de mayor a menor incidencia son: agropecuario, consumo, crédito, provisión, seguros, servicios públicos, trabajo y vivienda. COOPERAR (2022) agrega también los rubros educación, turismo, ahorro y producción. Mientras que los rubros de las mutuales (categorizados por servicio que prestan) son: turismo, proveeduría, servicios de salud, ayuda económica y seguros.

Estos datos cobran relevancia cuando pensamos en el lugar que tiene el asociativismo en la vida cotidiana de las personas. Desde el sentido común pareciera que el cooperativismo, por ejemplo, es un tipo de organización relegada y minoritaria en nuestro país, y los datos mencionados permiten visibilizarla y refutar esta creencia. En el rubro agropecuario, por ejemplo, hay 546 cooperativas a nivel nacional que producen en conjunción con pequeños y medianos productores gran parte de las frutas y verduras que consumimos a diario. Ariel Guarco (2022) destaca la enorme capilaridad de las cooperativas en nuestro país y el rol que asumen como agentes de desarrollo local y comunitario.

Según la Actualización Nacional de datos de Cooperativas y mutuales del INAES, en Mendoza existen 152 cooperativas y 151 mutuales. Esta última cifra varía en el registro provincial (RUESyS), donde se enumeran 565 mutuales y 21 cooperativas, destacando que este último dato solo corresponde a aquellas cooperativas de la Economía Social, Solidaria y Popular que se han registrado en el RUESyS, pero que existen más. Dentro del Estado provincial, la Dirección de Cooperativas dependiente del Ministerio de Economía y Energía es quien asesora a estas formaciones, las promueve y las coordina.

Por otro lado, se encuentra que la cantidad de puestos de trabajo que genera el cooperativismo y el mutualismo es de 227.086 personas, siendo un número reducido en relación a la cantidad de asociados/as. Esto implica que la posibilidad de ofrecer trabajo y de sustentar la economía personal y/o familiar desde el asociativismo como una forma de desarrollo alternativo a la economía capitalista y a la lógica del mercado es limitada. Es necesario tener esto en cuenta si apuntamos al desarrollo de otra racionalidad económica, porque aquí entra en juego la pregunta de si es realmente posible *vivir* y generar ingresos desde estos espacios y en qué medida, lo que nos lleva también a la cuestionar el lugar del Estado en la promoción y/o obstaculización de formas organizativas alternativas en el sistema económico imperante.

El Registro Nacional de Empresas recuperadas que mencionamos anteriormente (también realizado por el INAES) agrupa a todas aquellas cooperativas que se corresponden con la definición de “empresa recuperada”, considerando a éstas como “toda empresa bajo gestión de sus trabajadores y trabajadoras, conformada como cooperativa de trabajo y proveniente de una empresa anterior que por quiebra, vaciamiento, abandono empresario u otras causas hayan llevado a su cierre, puesta en marcha por sus antiguos trabajadores” (INAES, 2023). Este registro se actualiza de forma permanente y se basa en información que proviene del Centro de Documentación de Empresas Recuperadas dependiente del Programa Facultad Abierta de la Universidad de Buenos Aires.

Según esta base de datos, en Argentina existen 434 empresas recuperadas, que se conforman a su vez como movimiento que encarna valores de compromiso y responsabilidad con el trabajo en el Movimiento Nacional de Empresas Recuperadas.

Según el Registro Nacional de Empresas Recuperadas, en Mendoza existen actualmente 8, conformadas como cooperativas. Las mismas son: Gráficos Asociados, Cerámica Cuyo, La Terre, Ex empleados de Frigorífico La Lagunita LTDA, Curtidores de Mendoza LTDA, Oeste Argentino, Olivícola Tropero y Cooperativa de Provisión, Servicios sociales y Turísticos, Transformaciones y Comercialización CAPDEVILLE.

Este dato coincide con el aportado por el trabajo de investigación de Baca Coria, Di Nasso y García de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNCuyo en el año 2015. Según se explica en una de las entrevistas realizadas en el trabajo, en Mendoza existían, además de esas 8 empresas recuperadas, otras 2 cooperativas, que en la actualidad se encuentran fuera de funcionamiento. Con algunas excepciones, las

empresas recuperadas mendocinas se encuentran agrupadas en la Asociación de Cooperativas de Empresas Recuperadas Mendoza (ACERM).

Como principal registro a nivel provincial se encuentra el RUESyS, que es el Registro de Unidades de la Economía Social y Solidaria, creado a partir de la ley 8.435 de Promoción de la Economía Social y Solidaria. El mismo recaba información estadística para la planificación y el desarrollo de políticas públicas del sector.

Según el RUESyS (2022), en la actualidad hay registradas 6.633 unidades productivas, que aglutinan a un total aproximado de 26.532 personas que trabajan relacionadas a la producción, comercialización y servicios de la ESSyP.

Uno de los datos que se destacan es que casi el 63% de las unidades están encabezadas por mujeres, lo cual coincide con otros registros en los que llama la atención la preeminencia de mujeres en estos sectores. Otro dato significativo es que el 66,3% de los emprendimientos tienen características de autoempleo, es decir, son la fuente principal de trabajo de quienes los ejercen.

A su vez, contamos con los trabajos provenientes del Centro de Referencia Mendoza dependiente del Ministerio de Desarrollo Social nacional, que cuenta con un área específica de Economía Social. En el Registro de comercializadoras de alimentos de la Economía Social y Popular de Mendoza elaborado por esta área en conjunto con practicantes de la carrera de Sociología de la UNCuyo, se destaca que actualmente existen 17 comercializadoras de este tipo distribuidas en Mendoza, con una breve caracterización de cada una de ellas y datos de contacto para acceder a consumir sus productos. Este registro, además de dimensionar el crecimiento de la comercialización dentro de la ESSyP de la provincia, es una de las principales fuentes de la presente investigación dado que el foco está puesto en la comercialización y el consumo de alimentos.

### **1.5.3 Por qué hablamos de circuito**

En la presente investigación, tomamos a la esfera del consumo la Economía Social, Solidaria y Popular como un circuito y como un campo.

La palabra circuito, según la Real Academia Española, tiene varias acepciones. La primera, en la que nos basaremos, lo define como “Terreno comprendido dentro de un perímetro cualquiera” (RAE, s.f, definición 1). También, otra de sus acepciones, se

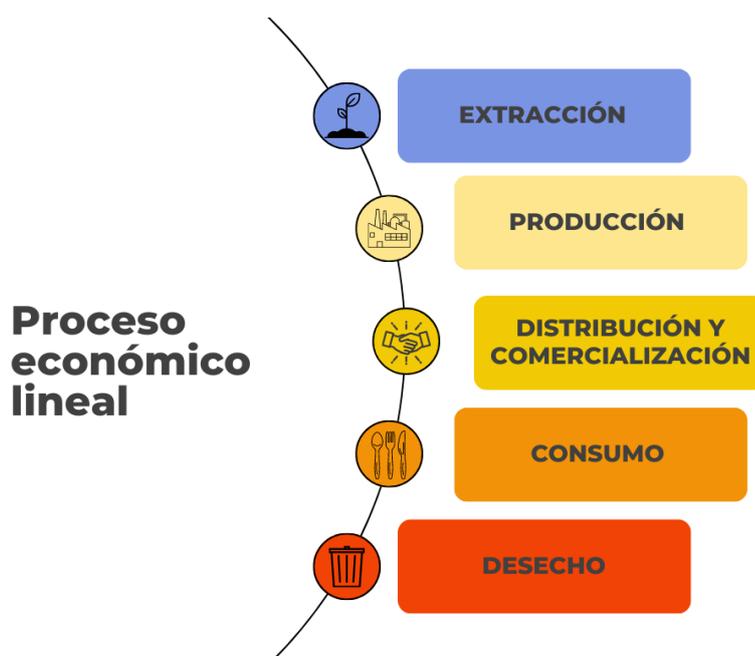
refiere al circuito como un “sistema formado por uno o varios conductores, recorrido por una corriente eléctrica, y en el cual hay generalmente intercalados aparatos productores o consumidores de esta corriente” (RAE, s.f, definición 5). En este sentido, comprenderemos a la ESSyP como un sistema de relaciones *situado* en un territorio (la provincia de Mendoza) y *delimitado*. Esto es, en conexión con otros sistemas y esferas de poder e interacción, pero limitado en sus alcances, actores y relaciones.

A su vez, sus componentes no se encuentran definidos con exactitud: son dinámicos, cumplen varias funciones y se modifican entre sí a través del tiempo. Por eso resulta útil graficarlo como un circuito, como un *terreno*. El consumo, en este circuito, se diferencia de la forma clásica del proceso económico.

En la economía lineal, las fases y los agentes de cada fase están claramente definidos y separados, construyendo así un esquema de extracción de materia prima, producción/fabricación, distribución, utilización o consumo y desecho (Falappa, Lamy y Vazquez, 2019, véase la figura 4). El modelo lineal de creación de valor se basa en la expectativa de que los consumidores comprarán otro bien al cabo de un tiempo, es decir, que lo reemplazarán. Esta perspectiva no tiene en cuenta la sostenibilidad del planeta ni la escasez de recursos.

#### Figura 4

*Proceso económico lineal*



*Nota.* Elaboración propia en base a Falappa, Lamy y Vazquez, 2019.

Algunas corrientes teóricas han propuesto modelos alternativos con el fin de cambiar el modelo de cadena de valor en la que se basa la economía actual, formulando, por ejemplo, el modelo de economía circular (Iglesia González, 2020). Si bien este modelo hace foco en la producción de desechos y en la gravedad que ello reviste en términos sociales y ecológicos, realiza un abordaje más interrelacionado entre las fases de la cadena de valor.

Es este aspecto el que nos interesa rescatar para caracterizar la cadena de valor de la ESSyP, donde los elementos, actores sociales y fases se relacionan de tal modo que es difícil realizar una separación lineal del tipo productor-consumidor o separar la comercialización de la producción. Por ejemplo, en muchos casos, la comercialización se realiza en los mismos lugares donde se produce, o los productores consumen bienes que realizan sus compañeros, o los consumidores crean cooperativas de consumo para autoabastecerse y organizar la comercialización.

Algunos referentes de las comercializadoras, expresaban en este sentido:

*“La comercializadora de San Martín, nos compran a nosotros un montón de cosas. La yerba nos la compran a nosotros. Al mismo tiempo, quienes integran esa comercializadora, son productores que nosotros vendemos [...] Entonces, esa red es la que es interesante construir. Donde podés ser productor, podés ser consumidor, podés ser distribuidora, y estás en una relación dinámica.” (R2)*

*“Uno de los trabajos más fuertes en Economía Social [...], es que nos demos cuenta que consumidores somos todos, absolutamente todos. Un niño, que se yo. En realidad, salirse de que solo soy un productor y tengo que ver cómo colocar los productos. Sino que, por ejemplo, [...] alguien puede ser una productora de textil, de ropa de trabajo, pero su familia consume frutas y verduras, entonces puede comprar un bolsón de verduras. Y saber que cuando está comprando frutas y verduras no solo está accediendo a esa verdura, sino que le estás dando laburo a una compañera o compañero que es quien arma, produce esa fruta y esa verdura.” (R3)*

El concepto de “prosumidor” o “comunidad prosumidora”, base para una de las comercializadoras estudiadas, realza esta interrelación entre las distintas fases de la cadena de valor. El referente de dicha comercializadora desarrollaba:

*“En general, en la economía tradicional, productores y consumidores pareciera que son dos actores con intereses contrapuestos. Yo quiero comprar lo mejor a menor precio, el otro quiere vender lo más que pueda. En realidad, [...] en el sistema de esta*

*comercializadora [...] nosotros usamos un concepto que después lo hemos ido transformando que se llama “comunidad prosumidora”, comunidad de productores y consumidores. O sea, que una comunidad se puede pensar a sí misma en términos de lo que consume. Y ahí hay un punto común, en donde lejos de estar con intereses contrapuestos, comparten intereses. Por un lado, que a quien produce le vaya bien y pueda vivir a partir de su trabajo, y quien compra o consume obtenga un producto o servicio de calidad, a un precio razonable y que se satisfaga toda la necesidad que esa persona tiene.” (R3)*

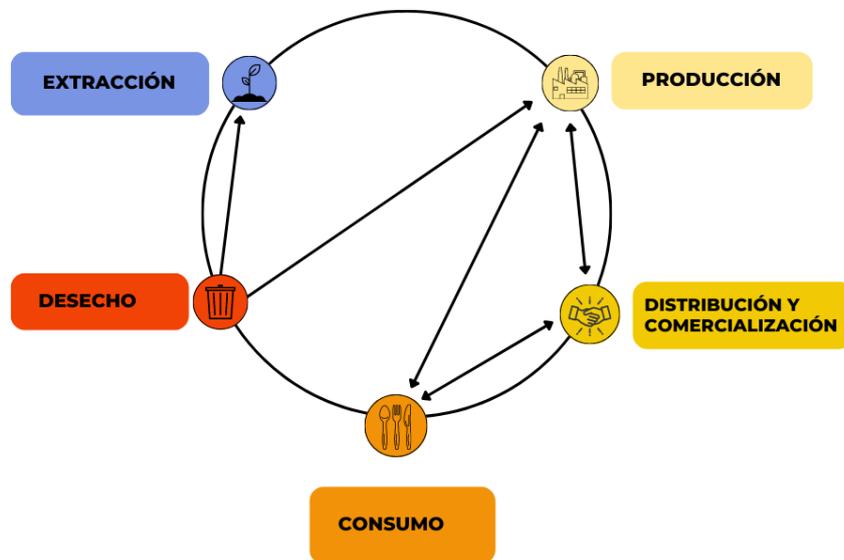
El referente de otra comercializadora explicaba que tienen un sistema de moneda propia, que circula en la comercializadora de la que forma parte, en que un porcentaje de los sueldos o de los pagos a productores (10%) se realiza con esa moneda interna (si se lo desea). Con esta medida se busca que los trabajadores/as y productores/as que comercializan en ese espacio, también compren alimentos y productos de allí. Al respecto refería: *“Se tiene esa doble vuelta, entonces sí, para nosotros, es re normal. Es una apuesta como consumidores nosotros a trabajar para que otros también puedan seguir siendo consumidores del Almacén. [...] Es una apuesta política”. (R2)*

A partir de las entrevistas y la bibliografía consultada, construimos una cadena de valor acorde a la dinámica de la ESSyP de Mendoza, con interrelaciones entre las distintas fases que la componen (ver figura 5).

### **Figura 5**

*Cadena de valor de la Economía Social, Solidaria y Popular de Mendoza.*

## Cadena de valor ESSyP



Ahora bien, habiendo conceptualizado a la ESSyP de Mendoza como un circuito situado y delimitado, pretendemos también conceptualizarlo como un campo (Bourdieu y Wacquant, 1995). Consideramos que la teoría de los campos bourdiana brinda una perspectiva integral y herramientas de análisis pertinentes para el caso particular del circuito de la ESSyP provincial.

Bourdieu (1995) plantea la noción de campo enlazada a la noción de habitus, pues funcionan una con la otra. De esta manera,

Un campo está integrado por un conjunto de relaciones históricas objetivas entre posiciones ancladas en ciertas formas de poder (o de capital), mientras que el habitus alude a un conjunto de relaciones históricas "depositadas" en los cuerpos individuales bajo la forma de esquemas mentales y corporales de percepción, apreciación y acción. (p. 23)

El autor explica que cada campo es un *espacio socialmente estructurado*, que proscribire sus reglas, principios regulatorios, valores específicos y un capital preferencial (el tipo de capital más eficiente dentro de ese campo). Los agentes -ocupantes de diferentes posiciones en el campo y con distintas cantidades y tipos de capital- luchan por mantener sus posiciones o bien modificarlas, llegando a cuestionar en ocasiones incluso

las reglas y valores instituidos. Bourdieu compara el campo con un juego, donde hay posiciones definidas dentro de un espacio, y en el cual los agentes se encuentran interesados y compenetrados: hay una *illusio*, un interés por participar en el juego.

Además, el sociólogo francés concibe al campo como algo maleable y dinámico, sujeto siempre a conflictos y competencia. Más allá de que es un espacio estructurado y estructurante, la noción de campo escapa a la rigidez estructuralista clásica: “[...] cualquier campo se presenta como una estructura de probabilidades, recompensas, ganancias o sanciones, que siempre implica cierto grado de indeterminación” (Bourdieu, 1995, p. 24).

Siguiendo la línea que plantea el autor en la que campo, habitus y capital son conceptos que funcionan en conjunto dentro de una sistematicidad teórica, es necesario definir al capital.

Pierre Bourdieu (1995) explica que existen diferentes tipos de capital (económico, social, cultural, simbólico), cuya jerarquía varía según el campo específico del que se trate. Existen, según explica, ciertos tipos de capital que están en todos los campos. Sin embargo, el peso que cada uno de estos tiene puede ser diferente e incluso puede variar, hacia el interior de un campo, a lo largo del tiempo.

Es en este sentido que conceptualizamos al circuito de la ESSyP de Mendoza como un campo, es decir, como un espacio socialmente estructurado, con posiciones definidas, agentes (personas, organizaciones, instituciones) que ocupan posiciones y que tienen determinada estructura, volumen y tipo de capital, con habitus, reglas y valores específicos, que luchan por sostener o modificar sus posiciones y las reglas mismas del campo.

Además, este espacio es dinámico y maleable, está en permanente interrelación con otros campos de la realidad social de Mendoza, y se encuentra subsumido al campo de la economía provincial. Lo que indica, en términos de Bourdieu (1995), que sería un subcampo dentro del campo económico. El sociólogo explica que, a pesar de que existan regularidades entre un campo y su subcampo, hay un salto cualitativo entre ambos: cada subcampo obedece a su propia lógica y valores.

Siguiendo el esquema teórico de Bourdieu, en el que en cada campo existen posiciones conservadoras y subversivas, y, por tanto, estrategias de conservación y subversión por parte de los agentes (ya sean personas o instituciones), podemos realizar un análisis del circuito de la ESSyP de Mendoza desde dos líneas diferentes:

-Por un lado, entenderlo como un subcampo dentro del campo económico provincial que propende a desarrollar estrategias de subversión para modificar la distribución y volumen del capital, ya que considera que los valores y principios que rigen el campo económico son injustos y que la distribución del capital debe ser distinta.

Las palabras de una de las consumidoras entrevistadas ilustran con claridad esta conceptualización, al referirse a los actores que forman parte de la ESSyP: *“En un mundo ideal sería todo muy bonito, pero no dejan de ser obviamente actores que ponen en jaque a los históricos actores que han tenido el poder a la hora de decir qué se consume, cómo y dónde.”* (C1)

-Por otro lado, hacia el interior del subcampo de la ESSyP, encontramos diversos agentes con distintos volúmenes y estructuras de capital, que pueden desarrollar estrategias de conservación o subversión, que generan alianzas y tienen distinta fuerza. Si bien los valores dentro del subcampo de la Economía Social, Solidaria y Popular se enfocan en la no competencia, la cooperación y la solidaridad, ello no significa que esta esfera esté exenta de conflictos entre los diferentes grupos y actores que la integran.

Esto puede ejemplificarse con la composición del Foro de Economía Social mencionado anteriormente. Ese espacio tiene un peso definido en el campo de la ESSyP provincial, como principal representante del sector, y, a su vez, tiene sus debates y problemáticas internas. A su vez, también el gran grupo de la Economía Popular mendocina tiene sus luchas de poder y estrategias, que se ponen en juego en la gran alianza Economía Social/Solidaria y Economía Popular, por ejemplo, en la presentación del proyecto de modificación de la ley provincial cuyo recorrido fue explicado en un apartado anterior.

En relación a la diferenciación entre Economía Social y Economía Popular, la referente de una comercializadora señalaba: *“La Economía Popular, para mí es importante, que es lo que a veces cuesta mucho acá el almacén, está como más social todavía. Entonces para mí es importante que haya más productos de la Economía Popular, de los compañeros del barrio que te producen la tortita, te produce el bizcochuelo, los tejidos que hay acá... Entonces eso, que sí, que el almacén sea social, pero también sea popular.”* (R1)

Aquí se vislumbra que, si bien hay estrategias conjuntas entre la Economía Social y la Economía Popular (de hecho, en esta investigación las hemos tomado conjuntamente), también hay una separación que tiene que ver con su surgimiento y recorrido, en la que entran en juego distintos sectores con distintas cantidades de capital en el campo. En el

caso de esta comercializadora, los actores que se identifican dentro de la Economía Popular tendrían menos volumen de capital que los grupos que componen la Economía Social.

Otro ejemplo de conflictos internos dentro del campo fue explicitado por una entrevistada, quien explicó que los intereses político-partidarios suelen operar de obstáculo, imposibilitando la realización de articulaciones entre distintos sectores. Así, por ejemplo, si el gobierno provincial o nacional organiza una feria o un encuentro de ESSyP en Mendoza, la participación de las organizaciones es diferenciada respecto a la afinidad -o no- al color político del gobierno que organiza el evento. También, según planteó la entrevistada, hay una menor participación de ciertas organizaciones en políticas públicas destinadas al sector cuando el gobierno de turno es de un partido diferente al de una determinada organización, así como, en el caso contrario, hay una mayor participación, generación de alianzas y estrategias conjuntas.

Como cierre de este apartado, construimos un mapeo de actores de la Economía Social, Solidaria y Popular de Mendoza, rescatando las principales y variadas organizaciones e instituciones que trabajan en este ámbito, con el objetivo de dimensionarlas y visualizarlas de manera clara. Buscamos graficar de esta manera la conceptualización de la ESSyP como circuito y como campo. Asimismo, en el mapeo se pueden observar los principales actores que hemos tomado para estudiar específicamente el consumo dentro de la ESSyP (comercializadoras, consumidores, Estado provincial y nacional).

### **Figura 6**

*Mapeo de actores de la Economía Social, Solidaria y Popular de Mendoza.*



*Nota.* Este gráfico se encuentra disponible en el anexo en un tamaño mayor para su mejor visualización.

## Capítulo 2: Problematización del consumo y soberanía alimentaria

Habiendo estructurado y definido lo que entendemos por Economía Social, Solidaria y Popular, su historia y su lugar en Mendoza, nos proponemos adentrarnos en la noción de consumo en la que nos apoyaremos teóricamente en la presente investigación para luego pensar el lugar específico del consumo en el campo de la ESSyP de la provincia.

### 2.1 Consumo: una definición sociocultural

El consumo, como actividad humana, ha sido analizado desde diferentes disciplinas: antropología, economía, sociología, psicoanálisis y psicología social. Sin embargo, tal como explica Néstor García Canclini (1995), es necesario arribar a una perspectiva y a una definición sociocultural sobre el mismo. En esta línea se ubica Adela Cortina (2002) quien explica que el consumo es mucho más que un acto económico o de mera supervivencia. La autora analiza al consumo como forma de relación, comunicación e interacción entre seres humanos. Transmitimos mensajes a través del consumo, realizamos intercambios, expresamos sentimientos, buscamos aprobación, nos identificamos, entre otros múltiples actos humanos.

García Canclini (2021) plantea que no debe pensarse al consumo como algo malo o bueno en sí mismo, sino como parte fundamental del proceso de interacción entre seres humanos y grupos. El autor entiende al consumo como el momento final de reproducción

(simbólica y material) de una sociedad, precedido por la producción y la circulación de bienes. Lo definiré, de manera básica, como la “apropiación social de aquellos objetos, bienes, mensajes que interesan para nuestro desarrollo personal y social” (García Canclini, 2021).

El autor pretende alejarse de una definición del consumo como irracional o irreflexivo: no es simple ejercicio del deseo, sino que entran en juego una multiplicidad de factores (publicidad, identidad e identificaciones, pertenencia a grupos, posibilidades económicas, apropiación del espacio, etc.), que implican una interacción entre quien ofrece los productos y el público consumidor mucho más compleja que la tradicional relación oferente (activo)- receptor (pasivo). Además, García Canclini (2021) remarca la importancia que tiene estudiar al consumo desde las ciencias sociales y desde la academia, pues permite enfocarse en procesos de larga duración, y no únicamente en lo más inmediato, característico de los estudios de marketing.

Ahora bien, una vez que entendemos al consumo como una parte intrínseca de nuestras sociedades, podemos generarle preguntas, problematizarlo y ver qué características presenta en la época actual.

A nivel general, en la modernidad líquida (Bauman, 2000), ya caracterizada en el primer apartado que describe el contexto internacional al cual acudimos, el consumo está marcado por una tendencia de rapidez y fluidez. El lugar que ocupa el consumo en la economía de mercado está signado por la inmediatez y pretende instalar un deseo permanente por el cambio y la innovación. Eva Verde, actual coordinadora de Asesoramiento en Gestión a Unidades Productivas dentro de la Secretaría de Economía Social del MDSN, lo ilustra con claridad:

[...] en este sistema que es perverso, a medida que consumís, el deseo caduca. Te compras un par de zapatillas y ya salieron un par de zapatillas nuevas. Te compras un celular, y ya hay otro muchas veces más rápido, mejor, más moderno y más cool. La construcción de ese deseo genera muchísima insatisfacción y desazón. Pero, sobre todo, el modelo que nos proponen es consumir para ser otra persona [...]. (p.91)

Tomando como puntapié la cita de la autora, nos preguntamos: ¿qué relación tiene el consumo con la construcción de la identidad y la integración en las sociedades actuales?

Bauman (2007) va a plantear el concepto de inversión para desentrañar esta relación. El autor explica que el consumo se percibe como vía para invertir en uno mismo, con el objetivo de mostrar una imagen a los demás que a su vez habilite a pertenecer a determinados grupos o alcanzar cierto status social. Así, explica: “El material informativo de todos los productos promete -en letra grande, chica, o entre líneas- aumentar el atractivo y el valor de mercado de sus compradores, incluso aquellos que son adquiridos casi exclusivamente por el disfrute de consumirlos” (p.83). Por lo tanto, invertir se va a convertir en sinónimo de invertir en la pertenencia a la sociedad.

Pensar el consumo desde una perspectiva sociocultural es analizarlo no como acto individual, sino como una acción cargada de significaciones, que posee una función social y socializadora y como una acción que cumple determinada función en una estructura.

A su vez, pensar el consumo desde una perspectiva sociológica permite desentrañar la estructura subyacente a las posibilidades de consumir y a las desiguales condiciones de acceso al consumo, al poder de las marcas y de las grandes empresas de acopio y comercialización frente a la pequeña producción. Permite analizar, también, cuáles son los sectores que tienen las posibilidades de adaptarse con rapidez y facilidad a los cambios que impone el mercado y el rol que cumplen en nuestras sociedades la publicidad, el fast fashion o el consumismo, por ejemplo.

Como caso típico del poder de las grandes empresas en el mercado y su capacidad de influencia en el consumo, encontramos el concepto de “greenwashing”, usado para referirse a las estrategias de marketing utilizadas por ciertas empresas para captar consumidores en un contexto en el que la crisis climática se ha agravado enormemente y se ha difundido la necesidad de cambiar hábitos de consumo. El greenwashing como estrategia de marketing es alertado y estudiado por muchos autores (De Freitas Netto, Falcao Sobral, Bezerra Ribeiro y da Luz Soares, 2020). Se advierte que el mismo funciona en un sentido de “lavado de cara” de ciertas empresas, sin ninguna intencionalidad de cambiar estructuralmente sus patrones de producción, distribución y venta.

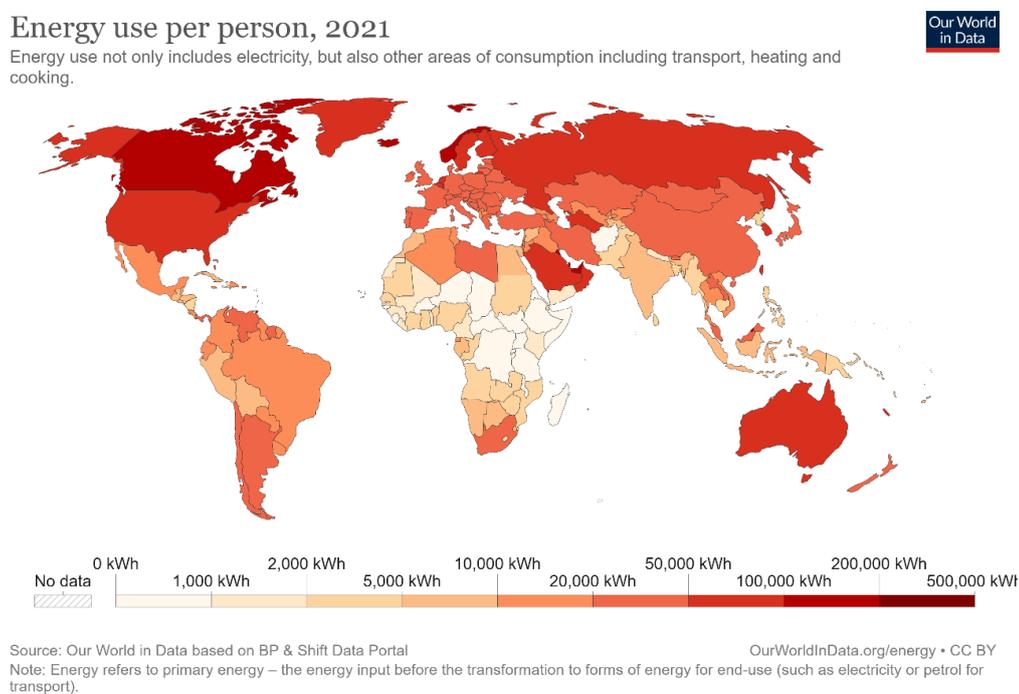
Por lo mencionado, es importante reflexionar acerca del consumo siempre ligándolo a las sociedades y a las economías en donde se produce, identificando dentro de ellas las estructuras de poder, alianzas y desigual distribución de la riqueza.

García Canclini (2021) remarca dos cuestiones que deben ser tenidas en cuenta para el análisis del consumo desde las ciencias sociales. Por un lado, recordar que el consumo está íntimamente ligado a la cuestión de clase, que implica desiguales posibilidades de acceso y condiciones económicas. Por eso, el consumo no debe entenderse como algo malo en sí, ya que es necesario. Es preocupante que una persona no pueda consumir, porque no solo materialmente necesita consumir para sobrevivir, sino que también queda marginada socialmente al quedarse afuera de la circulación de bienes simbólicos y culturales.

Por otro lado, debemos recordar que el consumo es desigual dependiendo de la región del planeta o del país que analicemos. Así lo muestra claramente la figura 7 (consumo de energía primaria per cápita para el año 2021) donde se observa, por ejemplo, que la proporción entre EE. UU. e India es de alrededor de 12. Esto significa que el estadounidense promedio consume aproximadamente la misma cantidad de energía en un mes que lo que el indio promedio consume en todo un año. O, también, que el británico medio consume el doble de lo que consume el brasileño medio por año.

### Figura 7

*Consumo de energía primaria per cápita, medido en kilovatios-hora por año. Año 2021.*



*Nota.* Adaptado de *Energy use per person, 2021* (imagen), Our World in Data, 2021, <https://ourworldindata.org/energy>

Tanto la diferenciación de consumo por clase hacia el interior de un país como la diferenciación de consumo entre países son relevantes para analizar, por ejemplo, las consecuencias generadas por el consumo desmedido en el medioambiente. Numerosos investigadores, intelectuales y activistas ambientales vienen llamando la atención sobre este aspecto desde hace ya tiempo: las responsabilidades sobre el daño producido al medio ambiente no son las mismas, por lo que tampoco deben serlo las acciones dirigidas a mitigar el cambio climático (Rodríguez y Weintraub, 2021). De poco sirve que la República Democrática del Congo disminuya su consumo (teniendo en cuenta que su consumo de energía es muy bajo), si Canadá o Estados Unidos no modifican su cantidad de consumo de energía y emisiones de carbono anuales.

En esta misma línea se ubica Roitman, (2021), quien explica que no es el mismo nivel de responsabilización el que corresponde a colectivos de países con un bajísimo nivel de consumo como aquel que corresponde a grupos de países con niveles de consumo desmesurados. Hablamos de pautas de consumo impuestas en un mercado global donde hay países centrales y dependientes. Tanto entre países como hacia el interior de un país, el consumo de alimentos, vestimenta y otras manufacturas es desigual. La población de los centros mundiales presenta una capacidad de consumo que es problematizada por su exceso, mientras que las periferias tienen una capacidad de consumo mucho menor, y, en muchos casos, escasez de recursos o acceso a productos de inferior calidad.

## 2.2 Consumo de alimentos

En la presente investigación, como explicamos en el apartado metodológico, hemos focalizado el estudio sobre el consumo en el consumo de bienes (excluyendo servicios), y, dentro de ellos, en el rubro alimentario.

Entendemos, desde una perspectiva política y jurídica, a la alimentación como un derecho. Nuestra Constitución Nacional, en el artículo 75 inc. 22, consagra con rango constitucional el derecho a la alimentación contemplado por los artículos XI de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre (OEA, 1948) y 25 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (ONU, 1948).

Nos preguntamos, entonces, cuál es la situación respecto al consumo y al acceso de alimentos y qué acciones son necesarias para asegurar ese derecho. En este sentido,

la Cumbre Mundial de la Alimentación, realizada en Roma en el año 1996, luego del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (que forma parte de la Declaración Universal de los Derechos Humanos), aparece como un paso concreto hacia el aseguramiento de este derecho, comprometiéndolo a una gran cantidad de países y sus respectivos gobiernos a generar un plan de acción. La publicación de las *Directrices voluntarias sobre el derecho a la alimentación* en 2004 se convirtió en la herramienta concreta para determinar dicho plan de acción.

Los datos indican que, a nivel internacional, la situación alimentaria es alarmante. En un reciente informe realizado de manera conjunta, la FAO, el FIDA, la OMS, el PMA y UNICEF (2022) explican que hay un retroceso mundial en los esfuerzos y políticas para acabar con el hambre, la inseguridad alimentaria y la malnutrición en todas sus formas (desnutrición, sobrealimentación y deficiencia dietética). Entre las dificultades para asegurar una alimentación saludable para todas las personas, se menciona a las perturbaciones económicas (entre ellas, el alto costo de alimentos nutritivos), los fenómenos climáticos extremos, los conflictos y el aumento de las desigualdades.

Las tendencias de la desnutrición infantil, el sobrepeso y la obesidad son preocupantes. Además, se observa un aumento de la obesidad en adultos, habiendo duplicado su valor absoluto entre el año 2000 y 2016. Si bien no se tienen aún los valores actualizados del 2022, se estima que esta tendencia ha continuado en crecimiento (FAO, FIDA, OMS, PNMA y UNICEF, 2022).

Según estas organizaciones (2022), entre 702 y 828 millones de personas se vieron afectadas por el hambre en 2021. Esto es 18 veces mayor que toda la población argentina. En América Latina y el Caribe la prevalencia de la desnutrición es del 8,6%, lo que indica que 56,5 millones de personas sufren de desnutrición. Estas cifras aumentan para el continente africano (prevalencia de desnutrición del 20,2%, 278 millones de personas) y el continente asiático (prevalencia de desnutrición del 9,1%, 424,4 millones de personas). En Europa y América del Norte, la desnutrición no supera el 2,5%.

En América Latina, el 40,6% de la población sufre inseguridad alimentaria moderada a severa. Sin embargo, dentro del continente, Argentina es uno de los países latinoamericanos con menor prevalencia de desnutrición.

La Fundación Interamericana del Corazón (FIC), una asociación civil dedicada a la promoción de políticas públicas de salud, publicó, en conjunto con UNICEF, un reporte

sobre la situación alimentaria de niños, niñas y adolescentes (en adelante NNyA) en Argentina en abril de 2023.

Este reporte toma como fuentes de datos a la Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNyS) y a la Encuesta Mundial de Salud Escolar (EMSE), ambas realizadas en el año 2018 en nuestro país. A partir de estas fuentes, se realiza un análisis de la situación alimentaria actual, en base a las Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA, política perteneciente al Ministerio de Salud) y la clasificación NOVA (desarrollada por el Centro de estudios epidemiológicos en Salud y Nutrición de la Universidad de San Pablo, Brasil).

Los resultados indican que la situación alimentaria en Argentina es grave, sobre todo en grupos vulnerables y en NNyA. Esta información se condice con algunos de los datos nacionales y provinciales aportados anteriormente acerca de la pobreza, la desigualdad y la exclusión del mercado laboral, que conllevan un precario y desigual acceso a alimentos nutritivos y de calidad.

Según la FIC (2023), los NNyA (de 2 a 17 años) consumen solo el 20% de frutas y verduras según lo recomendado en las GAPA, y el mayor aporte calórico de sus dietas proviene de alimentos de consumo opcional (principalmente dulces y grasas), los cuales se recomienda evitar, según lo establecido por las GAPA.

Se observa que la malnutrición por exceso (sobrepeso y obesidad) presenta la mayor prevalencia en todos los grupos etarios y niveles socioeconómicos, con una tendencia en aumento en los últimos años. A nivel mundial este tipo de malnutrición ha adquirido proporciones de epidemia (FIC, 2023).

En NNyA, entonces, las formas más frecuentes de malnutrición son el sobrepeso y la obesidad. Respecto a la malnutrición por déficit (desnutrición), los datos indican que la prevalencia de emaciación, bajo peso y delgadez en todos los grupos en Argentina es baja desde una perspectiva poblacional.

La baja talla y el bajo peso se mantienen en cifras similares y estables en los últimos años y se relacionan con un nivel socioeconómico bajo y con grupos vulnerables. El sobrepeso y la obesidad, en cambio, ha aumentado y se presenta igual para todos los niveles de ingresos de NNyA (ENNyS, 2019).

En adultos (18 años o más), la prevalencia de exceso de peso (sobrepeso y obesidad) es de 67,9%. La prevalencia de la obesidad (33,9%) en adultos presenta variaciones

significativas de acuerdo al nivel de ingreso, a diferencia del grupo de NNyA que mencionamos anteriormente. Se encontró que, en el grupo de menores ingresos de adultos hay mayor prevalencia de obesidad que en el de más ingresos (ENNyS, 2019).

Los datos mencionados son importantes porque vislumbran una tendencia de malnutrición por exceso en los niños, niñas y adolescentes que ya no depende centralmente del nivel socioeconómico (como en adultos), sino que se distribuye de manera similar en todos los estratos. Esto indica la extensión y la gravedad de la problemática alimentaria a la que acudimos, ya que existe evidencia suficiente para relacionar la malnutrición por exceso con una morbilidad y mortalidad prematura en la edad adulta (FIC, 2023).

Uno de los aspectos centrales dentro de esta problemática es el consumo de alimentos ultraprocesados. Algunos estudios indican que la sobre dependencia de alimentos procesados, especialmente de alimentos hipercalóricos altos en azúcares, grasas y sodio está desplazando paulatinamente las comidas caseras y el consumo de frutas, verduras y alimentos frescos (Monteiro, Cannon, Lawrence, Costa Louzada y Pereira Machado, 2019). De allí se deriva la importancia y la necesidad de medir el consumo de este tipo de alimentos en las encuestas sobre consumo, según lo recomendado por la FAO.

La FIC (2023), dentro del reporte aludido anteriormente, realiza un análisis basado en la clasificación NOVA, que divide los alimentos en cuatro grupos según su grado de procesamiento:

- 1) Alimentos no procesados o mínimamente procesados. Pueden ser vegetales o animales. Ej: verduras, frutas, carnes, huevos, semillas, frutos secos.
- 2) Ingredientes culinarios procesados: aquellos que no se consumen solos, sino que se utilizan para cocinar o condimentar comidas. Ej: aceites vegetales, grasas animales, sal y azúcar.
- 3) Productos procesados: son aquellos alimentos del grupo 1 combinados con el grupo 2, para aumentar su conservación o palatabilidad. Ej: enlatados de frutas y legumbres, quesos y algunas carnes procesadas (jamones, atún).
- 4) Productos ultra-procesados: elaborados a partir de otros alimentos, no se reconocen los alimentos de origen y se imitan las cualidades, formas y sabores y de otros alimentos. En su producción se utilizan aditivos, como colorantes y saborizantes. Ej: helados, golosinas, cereales de desayuno, chips, fiambres, gaseosas.

Los resultados del reporte indican que el alto consumo de alimentos ultraprocesados atraviesan a toda la población infanto-juvenil del territorio nacional, representando un 35% del aporte calórico diario de este grupo.

Monteiro et al. (2019) explican que los procesos e ingredientes usados en los alimentos ultra procesados los hacen muy convenientes (listos para consumir, y prácticamente imperecederos) y atractivos por su sabor para los consumidores, a la vez que muy rentables (ingredientes de bajo costo y larga vida útil) para los empresarios. Sin embargo, estos procesos e ingredientes hacen que los ultra procesados estén nutricionalmente desbalanceados y permeables a ser consumidos en exceso, desplazando a alimentos de los otros grupos del NOVA, que son la base para una alimentación saludable.

Retomamos en este punto algunas citas de las entrevistas realizadas que ilustran cómo se da el consumo de alimentos ultraprocesados:

*“[...] estamos acostumbrados al consumo sintético que nos dura tres meses en la heladera y no se pudre.” (C1)*

*“La gente consume mal. Consume cosas hechas, no tiene idea de lo que es bueno o malo para la salud [...] La gente no come pan, pero come papas fritas envasadas o cualquier cosa de esas que las comprás en la bolsa y no sabés de qué están hechas y tienen 10kg de sal y de grasa. La gente no sabe para qué lado correr.” (C2)*

*“Partimos de que se come mal. Por eso se volvió a hablar -antes de la pandemia- del contexto del hambre en Argentina. Digo, tiene que ver con la obesidad, con un montón de problemas que hay con el tema de la mala alimentación. Y tiene que ver con el consumismo, con la cultura de lo rápido, de hacerme algo rápido que estoy apurado.” (A1)*

A través de las entrevistas, notamos que la problematización del consumo de alimentos (a nivel general) se relaciona con dos variables fundamentales: por un lado, la calidad del alimento y la forma en que se produce (incluyendo el problema de la tierra y la intermediación), por el otro, las condiciones de acceso y herramientas posibles para fomentar otro tipo de consumo.

Respecto a **la calidad de alimentos y la forma en que se producen**, el informe realizado por la FAO, el FIDA, la OMS, el PMA y UNICEF (2022) indica que los gobiernos destinan una gran cantidad de fondos a la alimentación y la agricultura, representando

casi 630 000 millones de dólares al año en todo el mundo. Sin embargo, estos fondos se destinan mayormente a políticas que inciden en el comercio, los mercados y las subvenciones a productores individuales vinculados principalmente con la producción o al uso sin limitaciones de insumos de producción. Esto impide la llegada a una mayor cantidad de pequeños productores, asociaciones, campesinos y pueblos originarios, daña el medio ambiente y genera fuertes distorsiones de precios en el mercado.

Según explica dicha publicación, las subvenciones fiscales otorgadas a algunos alimentos básicos han contribuido masivamente al aumento de la producción de cereales (principalmente arroz, trigo y maíz, que son la base de los ultra procesados), carne vacuna y leche, repercutiendo positivamente en la seguridad alimentaria y el desarrollo agrícola. Sin embargo, estas políticas han provocado también desincentivos o ceses de producción de alimentos nutritivos que no reciben el mismo nivel de apoyo, alentando asimismo el monocultivo en algunos países.

En Argentina, la extensión del cultivo de la soja es un caso típico de estas políticas, generando una mayor concentración de la riqueza y de la tierra en los sectores económicos más dinámicos, y, por lo tanto, mayor desigualdad, además de un progresivo deterioro de los suelos y pérdida de biodiversidad en vastos territorios. Esto implica el empobrecimiento y el desigual acceso a la tierra de los sectores sociales dedicados a la producción de hortalizas y frutas, que son en su mayoría medianos y pequeños productores con niveles de capitalización bajos a nulos (Obschatko et al., 2007). En este punto, aparece también la problemática del uso de agroquímicos, que profundizaremos en el próximo apartado a partir de las entrevistas realizadas.

Asimismo, cabe preguntarnos acerca de la incidencia de la publicidad en el consumo de este tipo de alimentos. Monteiro et al (2019) reconocen al atractivo de estos productos y su marketing agresivo como dos factores influyentes en su consumo, que es cada vez mayor, principalmente en países de ingresos altos como Estados Unidos, Canadá, Australia e Inglaterra. Llama también la atención el crecimiento de las ventas de ultra procesados (10% anual) en países de ingresos medios, incluso en aquellos con culturas donde la comida casera utilizando productos frescos había logrado mantenerse a lo largo de los años.

Teniendo en cuenta que el sistema agroalimentario actual beneficia a los grandes productores a partir de subvenciones y cuenta con la presencia de un marketing agresivo y eficaz en la promoción de sus productos, creemos necesario problematizar qué medidas y acciones deben llevarse a cabo para limitar esta forma de producir,

modificar esta realidad y asegurar una alimentación adecuada. Asimismo, es necesario indagar en los actores y grupos protagonizan esta lucha.

Respecto entonces a estas **medidas, acciones y herramientas necesarias** para ello en el caso de Argentina y Mendoza, los entrevistados mencionaron, por un lado, la presencia del Estado como actor fundamental (respecto a la legislación, por ejemplo), y, por el otro, a los espacios de comercialización diversos, entre los que se encuentra el circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular, como posibilitadores de un consumo de alimentos con de mayor calidad nutricional. Indagaremos con profundidad en ambos ejes en los siguientes apartados.

A su vez, las organizaciones que realizaron el reporte consultado (FIDA, FAO, FIDA, OMS, PNMA y UNICEF, 2013), sugieren una reasignación de los fondos destinados a la agricultura con el fin de promover el acceso a una dieta saludable, frenar el daño al medio ambiente y apuntar a sistemas agroalimentarios más resilientes e inclusivos.

Entre las medidas recomendadas se mencionan un incentivo a la producción de alimentos de “alta prioridad” (alimentos cuyo nivel de consumo per cápita no alcanza aún los niveles recomendados, como frutas, verduras y legumbres), la eliminación o reducción del apoyo aduanero y controles de precios de productos prioritarios para una dieta saludable, el establecimiento de asociaciones entre el sector público y privado y la participación de distintos sectores y organizaciones, con una presencia de instituciones sólidas en el plano local, nacional e internacional.

## 2.3 Consumo en la Economía Social, Solidaria y Popular

Situamos, en primera instancia, a Mendoza como uno de los centros neurálgicos dentro de nuestro país, aunque de menor tamaño e importancia respecto a Buenos Aires, Rosario, Córdoba o Tucumán; y a Argentina como un país periférico dentro del contexto internacional. A su vez, reconocemos desiguales condiciones de acceso a la educación, a la salud y al mercado laboral hacia el interior de la provincia y los departamentos mendocinos, siendo el aglomerado del Gran Mendoza el más favorecido en términos de acceso.

Por otro lado, tal como explicamos anteriormente, conceptualizamos al circuito de la ESSyP como un subcampo dentro del campo económico, donde la ESSyP es poseedora

de menor volumen de capital, y que tiende, de manera general, a desplegar estrategias de subversión para modificar esa distribución.

Atendiendo a estas consideraciones, sostenemos que el tipo de consumo presente en el circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular de Mendoza adopta características específicas y diferenciales respecto al consumo general de productos y bienes. Según explica Valeria Mutuberría Lazarini (2014),

El consumo conceptualizado desde la Economía Social y Solidaria se opone a la tradicional visión del consumo entendida como demanda de mercancías y desde allí se impulsa la producción. Este dato no es menor ante la permanente generación de necesidades (proceso donde los medios de comunicación juegan un rol importante), que nos lleva al consumismo. El capitalismo se asienta en el "deseo" permanente de las personas por consumir mercancías, acto sujeto a la restricción presupuestaria del consumidor. Postula un estereotipo de consumidor individual que actúa racionalmente en el mercado, tiene en cuenta los recursos escasos y elige aquella combinación de mercancía que le genere maximización de la utilidad. (p.1)

Según Pablo Ordoñez (2021), miembro de El Arca, es necesario explorar la conexión entre el consumo, las compras, la capacidad de abastecerse y la oportunidad que eso conlleva de generar trabajo. Entender que el consumo implica el despliegue de una cadena enorme de producción, y volver consciente esa cadena puede habilitar grandes transformaciones en lo subjetivo de cada consumidor y en lo colectivo, pues permite enlazar dos procesos que en el capitalismo actual aparecen intencionalmente separados.

Convergen, en esta misma línea, las nociones de comercio justo y consumo solidario. Euclides Mancé (2013), realiza un aporte sustancial definiendo al consumo solidario dentro del Diccionario de la otra economía, remarcando la importancia del consumo como acto político, ético y ecológico en un marco de comercio justo. Allí, menciona:

[...] Se promueve, mediante la práctica del consumo solidario, la ampliación de las libertades públicas y privadas, la desconcentración de la riqueza y el

desarrollo ecológico y socialmente sustentable. Cuando una persona selecciona y consume productos y servicios de la economía solidaria, el valor económico dispendido por ella realimenta la producción solidaria a favor del bien vivir de todos los que integran las redes solidarias de productores y consumidores e, igualmente, fomenta el mantenimiento del equilibrio dinámico de los ecosistemas. (p. 86)

Planteamos que este campo puede ser un campo propicio para la problematización del consumo. Así lo expresa Eva Verde: “Cuando compramos una fruta, a nadie le interesa quién y cómo se produjo, si generó contaminación o no. Interesa si ese producto es bonito [...] El consumo es un buen lugar en donde pararnos para cuestionar el modelo de sociedad” (p.92).

En relación a esto mismo, una productora miembro de una asociación de productores hortícolas y frutícolas de San Martín, Junín, Maipú y Guaymallén, en el marco de una entrevista de las Prácticas Sociales Educativas, expresaba la importancia de que los consumidores de frutas y verduras cambien su perspectiva estética respecto a qué está apto para consumirse.

La productora explicaba que, por ejemplo, un zapallo puede estar en buen estado para consumirse de acuerdo a la fecha de cosecha y a su maduración, pero que, si está machucado o es deforme, no se vende en el mercado, lo que significa que su producción no es comprada y gran parte de ella se descarta. Este es un ejemplo de cómo el consumo afecta la producción y cómo es imposible plantearnos un consumo “sostenible” o “agroecológico” si no nos preguntamos acerca de estos comportamientos y la perspectiva internalizada de la forma en que deben lucir determinados alimentos y productos para que los compremos y consumamos.

En otra entrevista, realizada para el presente estudio, la referente de una comercializadora expresaba:

*“[...]también tenés que explicarle muchas veces al que viene a comprar que la verdura es más chica, que no sé qué, que tienen algún machucón y otras características. Entonces, siempre tenés que hacer como un doble laborito ahí para todos.” (R1)*

Aquí aparece la figura del consumidor consciente como quien elige y “marca la diferencia” a través de su consumo. Sin embargo, sostenemos que ubicar al consumo

como una elección individual no permite visibilizar los factores estructurales que lo afectan y determinan.

Desde esta mirada estructural, que presta especial atención a los condicionantes para consumir de determinada forma, y también atendiendo a las posibilidades de cambio en los patrones de consumo de manera colectiva, rescatamos los aportes de Izurieta Guevara (2019), quien explica que:

Los procesos de consumo pueden ser entendidos desde movimientos en doble sentido, aquel que está determinado por la lógica de un modelo económico en un momento histórico dado y que configura la reproducción social de los sujetos consumidores; y un segundo movimiento en sentido contrario; que, desde el margen de una autonomía individual y colectiva, ejerce presión sobre las determinaciones estructurantes y genera transformaciones. El espacio de circulación y consumo de bienes es por tanto un escenario de disputa. (p. 3)

Diremos entonces, que desde la ESSyP se piensa al consumo como una oportunidad de las personas para adquirir productos a un precio justo y como generador de fuentes de trabajo digno, teniendo como meta última el fortalecimiento del tejido social (González, p.2, s.f).

En el presente estudio, buscamos profundizar de qué forma estas conceptualizaciones se materializan en la práctica y qué problemáticas, obstáculos, fomentos y características presentan para el caso de Mendoza. Desde una perspectiva sociológica, en este capítulo nos adentramos en aquellos factores que facilitan y promueven el consumo de estos productos, la relación del consumo en la ESSyP con la soberanía alimentaria y la identificación de los sectores sociales que acceden a este consumo.

Luego, en el capítulo 3 y 4, indagaremos en las estrategias para la promoción del consumo desde los espacios de comercialización existentes en el circuito de la ESSyP mendocina y desde el Estado, a través de distintas formas de intervención.

Para ello, en este capítulo construimos algunas categorías centrales que nos permiten problematizar el consumo dentro del circuito de la ESSyP.

### 2.3.1 Aumento de la demanda por parte de los consumidores

En primer lugar, todos los entrevistados consideran que hay una preocupación en aumento por parte de los consumidores respecto a la calidad de los alimentos que consumen y la búsqueda de alternativas más saludables, lo que lleva a una mayor demanda de este tipo de productos. A su vez, indicaron que una de las ventajas de este tipo de consumo está dada por la disminución de intermediarios entre el productor y el consumidor y el apoyo a pequeños productores. Es decir, existe una preocupación, no solo por la calidad del alimento que se consume, sino por la forma y las condiciones en que se produce y se comercializa. La Economía Social, Solidaria y Popular es un circuito donde convergen estas dos demandas.

Rescatamos a continuación algunos fragmentos de los entrevistados, tanto de consumidores, como referentes de comercializadoras y agentes estatales, que ilustran con claridad lo mencionado anteriormente:

*“[...] hoy día estas cosas empiezan a estar mucho más en el centro de la escena y el consumidor mira no solo el precio o el producto de lo que está comprando, sino que se pregunta qué hay detrás de ese producto y ahí es donde genera una oportunidad para que la Economía Social cumpla un rol importante.” (R3)*

*“[...] En esto de replantear el consumo, de decir bueno, ¿por qué me estoy preguntando qué consumo? Y no en torno a una cuestión de dietas. No. Me estoy replanteando qué economía quiero bancar a la hora de hacer mis consumos diarios. Ahí yo creo que se juega un montón eso. Por suerte, yo creo que sí se ha ido expandiendo. La pandemia fue un punto muy positivo en ese sentido, como lo fue para los almacenes de barrio.” (C1)*

*“[...] Creo que es como re importante poder problematizar nuestros consumos más allá después de las decisiones que tomemos, pero, aunque sea ser conscientes de este aspecto de nuestra vida de decir bueno, yo elijo qué consumir. Puedo elegir los productos súper procesados, puedo elegir comprarle a una marca que sé que por detrás tiene métodos precarizantes o lo que sea... O no, digo, no es todo tan lineal, no es todo blanco o negro. Pero uno ser consciente de que cada vez que consumimos algo, estamos eligiendo que consumir.” (C1)*

Respecto a la reducción de intermediarios y el fomento del comercio justo, algunos entrevistados expresaban también:

*“Me parece muy loable que la gente trate de tener su propio movimiento económico con el tema de las verduras y los consumos. Porque todos sabemos que el que pierde es el que cultiva. Y el que más trabaja. [...] Y eso no puede estar pasando”. (C2)*

*“Producir una papa es un año, un montón de tiempo. Producir choclos también, y producir tomate, lechuga, lo que sea, te demora un montón. Entonces, ¿por qué el productor tiene que ganar un peso por la lechuga y que se venda a 300 o 400 pesos?” (C2)*

*“No solo como el consumo en términos de lo saludable o el consumo en términos de lo económico, sino también el consumo en términos de que aquello que nosotros vamos a comprar, por ejemplo, en el caso de los alimentos, sea para poder nutrir y fortalecer procesos de organización.” (R2)*

En relación al aumento de la demanda de este tipo de productos por su calidad y forma de producción, aparece la forma en que es concebido el consumo por diferentes actores que conforman el circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular.

### **2.3.2 Papel del consumo dentro de la ESSyP**

Respecto al papel del consumo dentro de la ESSyP, los entrevistados lo conciben como dinamizador, y le otorgan un lugar central, con una importancia similar a la de la producción:

*“El tema del consumo tiene un rol muy importante. Siempre se ha dicho que la comercialización es un cuello de botella y que resolver el aspecto de la comercialización te va a ayudar mucho más a traccionar lo que tiene que ver con la producción y no al revés. O sea, podés producir muy bien, pero si no tienes a quien vendérselo o pensadas formas para la comercialización, eso no va a llegar a ningún buen puerto.” (A1)*

*“Siempre la señal ordenadora es la de los consumos. O sea, si el Estado o una empresa privada te dijera hoy “te voy a comprar esto”, vos después rápidamente dirías “Che, pero no tengo capital de trabajo, no tengo la máquina” y toda la historia, pero esas son mucho más fáciles de alguna manera de resolver, cuando alguien te dice que va a comprar. Y no al revés. La gran mayoría incluso de los técnicos que trabajamos en esto, tenemos la escuela metida en la cabeza. Entonces creemos que es “primero voy a preparar unidad 1, 2, 3 y 4, y cuando tengamos todo recién...”, y no. La Economía Social no funciona así. Funciona con la señal de la demanda y del desafío posible, porque lo que hace posible es que alguien te lo compre.” (R3)*

Esto se vincula con la cadena de valor de la ESSyP conceptualizada en un apartado anterior, en la que se explicó la interrelación entre las fases de producción, comercialización y consumo. En las entrevistas se observó una importante preocupación por el consumo, lo que se condice luego con las estrategias que se despliegan para su fomento o promoción.

### 2.3.3 Uso de agroquímicos en la producción de alimentos

En las entrevistas se observó también una común preocupación por el uso de agroquímicos industriales como fertilizantes y plaguicidas y semillas transgénicas en la producción de alimentos, que los modifican, haciéndolos más durables, pero con menor calidad nutricional y sabor, impactando negativamente en la salud de los productores y consumidores.

Numerosos estudios alertan sobre el peligro del uso de agroquímicos en la producción de vegetales y el uso de hormonas en el la producción de alimentos de origen animal para la salud. También ciertos sectores del movimiento ambientalista reclaman por los derechos de los animales y el cese de consumo de carne y sus derivados. Algunos de los consumidores entrevistados refirieron:

*“O sea, yo quiero comprar cosas frescas, que no tengan plaguicidas, ni herbicidas, ni nada, fertilizantes tampoco. Lo menos posible.” (C2)*

*“Sin una ley que regule el uso de agrotóxicos y agroquímicos... La mayoría de las verduras y de los alimentos que nos lleguen van a ser mediante eso. Sin una política de Estado frente a los monocultivos, a la sojización, nos va a seguir llegando eso. Aunque sea vendido como “Mirá la hamburguesa light de soja”, ese producto no deja ser un producto totalmente sintético y contraproducente para la diversidad, que es la misma diversidad de cultivos la que nos da la riqueza”. (C1)*

Una referente, respecto a la relación entre alimentos sanos y sin agroquímicos que se venden en el espacio del que forma parte, expresaba:

*“Si tiene un gusanito, significa que es una manzana que está buenísima. Si no tiene nada y vos la ves roja roja, seguramente un químico tiene. Yo ni lo sabía a eso y después le prestás atención. La otra vez trajeron los tomates y eran chiquitos todos así (señalando con las manos), pero eran riquísimos”. (R1).*

*“La mayoría de los productos acá son orgánicos y no tienen químicos y son buenos para la salud y vienen directo del productor. Nosotros estamos trayendo verduras que vienen desde los compañeros de acá de la chacra. No es desde el otro lado. Y viene directo, entonces nos favorecemos todos”. (R1)*

En este punto, aparecen las nociones de soberanía alimentaria, seguridad alimentaria, agroecología y producción orgánica, como conceptos profundamente ligados a la problematización de la producción y el consumo de alimentos, por lo que en la investigación ahondamos en ellos, lo cual se ve reflejado en el siguiente apartado.

### **2.3.4 Soberanía alimentaria**

Dentro de los conceptos mencionados, consideramos al enfoque de la soberanía alimentaria como central, ya que ha cobrado gran relevancia en los últimos 20 años y se erige como eje sobre el cual se articulan numerosas luchas y organizaciones relacionadas con el consumo y la producción de alimentos desde una narrativa alternativa al desarrollo (Nova Laverde, Rojas Chávez y Ramírez Vanegas, 2019).

Este concepto surge de manera emparentada y en contraposición a la categoría de seguridad alimentaria, surgida a principios de los años ´70. Según la definición establecida por la FAO en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación en 1996 mencionada en un apartado anterior, “La seguridad alimentaria existe cuando todas las personas tienen, en todo momento, acceso físico, social y económico a alimentos suficientes, inocuos y nutritivos que satisfacen sus necesidades energéticas diarias y preferencias alimentarias para llevar una vida activa y sana” (FAO, 2011).

Ese mismo año, aparece por primera vez el término soberanía alimentaria, creado por una entonces joven organización campesina creada en 1993: Vía Campesina. La categoría fue lanzada en el Foro de la Organización de la Sociedad Civil de Roma que organizó un comité de planificación internacional independiente a la Cumbre Mundial de Alimentación que se estaba llevando a cabo. La declaración final de este foro paralelo fue presentada en dicha cumbre, proponiendo el concepto de soberanía alimentaria frente al de seguridad alimentaria (Coordinación Europea Vía Campesina, 2018).

En esa declaración, la organización postuló el derecho a la alimentación como un derecho humano y criticó fuertemente la exclusión de los campesinos y los pequeños productores de la Cumbre, planteando la necesidad de que formen parte de la discusión y la planificación de las políticas agrarias. Además, reprobó la incumbencia de los

organismos multilaterales como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y la Organización Mundial del Comercio en esta temática por su lógica especulativa, denunció la explotación económica de los trabajadores y trabajadoras agrarias y del medio ambiente, y defendió una verdadera reforma agraria y una regulación mundial de los precios de los alimentos relacionada con el verdadero costo de producción de los mismos (Vía Campesina, 2021).

Allí, la soberanía alimentaria es definida por primera vez como:

[...] el derecho de cada nación para mantener y desarrollar su propia capacidad para producir los alimentos básicos de los pueblos respetando la diversidad productiva y cultural. Tenemos el derecho a producir nuestros propios alimentos en nuestro propio territorio. La Soberanía Alimentaria es una precondition para la seguridad alimentaria genuina. (Vía Campesina, 2021)

Aquí se entiende que la soberanía alimentaria es indispensable para llegar a la seguridad alimentaria, y que ésta última no puede lograrse si sigue obedeciendo a una lógica especulativa de crecimiento económico.

Respecto a la relación entre seguridad alimentaria y soberanía alimentaria, uno de los agentes estatales entrevistados refirió:

*“La seguridad tiene que ver con el acceso a la alimentación. El concepto es alimentación sana, nutritiva, saludable, variada, esa diversidad. Y la soberanía alimentaria también parte de esos conceptos, pero de alguna manera es ya preguntarte quién lo produce, dónde se produce, cómo se produce, cómo llega a nosotros ese alimento. [...] como que en el concepto de soberanía alimentaria está dentro la seguridad.” (A1)*

*“Muchas veces va la discusión de la seguridad por un lado y la de la soberanía por otro. A ver, todos nos vamos a preocupar por consumir rico, sano y más hoy que está la ley de etiquetado frontal y ha habido otras cuestiones, pero a la hora después de quién lo produce ya parece una discusión más ideológica. Y, sin embargo, la concentración económica y los monopolios nos afectan a todos. Entonces me parece que hay mucho por laburar ahí.” (A1)*

Aquí vemos como, tanto en su definición originaria como en la definición de un actor de la ESSyP mendocina, la soberanía alimentaria implica necesariamente un posicionamiento político respecto a la producción y el consumo de alimentos.

El primer Foro Mundial sobre Soberanía Alimentaria celebrado en Mali en febrero de 2007, amplió la definición de soberanía alimentaria, profundizando este aspecto. Así, integró otras nociones: los intereses de las futuras generaciones, la preeminencia de la producción local, el rechazo al comercio libre y corporativo, los derechos de los consumidores y el enfoque de la sostenibilidad. Todo ello se plasmó en la “Declaración de Nyéléni”:

La soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos a alimentos nutritivos y culturalmente adecuados, accesibles, producidos de forma sostenible y ecológica, y su derecho a decidir su propio sistema alimentario y productivo. Esto pone a aquellos que producen, distribuyen y consumen alimentos en el corazón de los sistemas y políticas alimentarias, por encima de las exigencias de los mercados y de las empresas. Defiende los intereses de, e incluye a, las futuras generaciones. Nos ofrece una estrategia para resistir y dismantelar el comercio libre y corporativo y el régimen alimentario actual, y para encauzar los sistemas alimentarios, agrícolas, pastoriles y de pesca para que pasen a estar gestionados por los productores y productoras locales. La soberanía alimentaria da prioridad a las economías locales y a los mercados locales y nacionales, y otorga el poder a los campesinos y a la agricultura familiar, la pesca artesanal y el pastoreo tradicional, y coloca la producción alimentaria, la distribución y el consumo sobre la base de la sostenibilidad medioambiental, social y económica. La soberanía alimentaria promueve el comercio transparente, que garantiza ingresos dignos para todos los pueblos, y los derechos de los consumidores para controlar su propia alimentación y nutrición. Garantiza que los derechos de acceso y a la gestión de nuestra tierra, de nuestros territorios, nuestras aguas, nuestras semillas, nuestro ganado y la biodiversidad, estén en manos de aquellos que producimos los alimentos. La soberanía alimentaria supone nuevas relaciones sociales libres de opresión y desigualdades entre los hombres y mujeres,

pueblos, grupos raciales, clases sociales y generaciones. (Observatorio Social de América Latina [OSAL], 2007, p. 280)

Esta vasta y profunda definición se sitúa dentro de una concepción anticapitalista y de defensa de los derechos humanos, brindando valiosas herramientas para repensar la relación de nuestras sociedades y comunidades con los alimentos. Asimismo, ofrece un marco de análisis teórico y empírico muy valioso respecto a problemáticas agrícolas y alimentarias.

Rescatamos la importancia de que esta concepción haya sido construida por una organización campesina (Vía Campesina) que en la actualidad nuclea a 182 organizaciones nacionales y locales de pequeños y medianos productores, campesinos, mujeres rurales, comunidades indígenas, jornaleros sin tierra, jóvenes y trabajadores agrícolas emigrantes de más de 80 países de África, América, Europa y Asia (Vía Campesina, 2022). En Argentina, el Movimiento Nacional Campesino Indígena forma parte de Vía Campesina. En Mendoza, la Unión de trabajadores rurales sin tierra (UST) forma parte del MNCI y, a través de él, de Vía Campesina.

Entendemos que la soberanía alimentaria concebida como proceso de construcción, de aprendizaje y de respeto a las realidades locales pretende desarmar una visión neoliberal de la producción de alimentos y en cambio sostener que el acceso a alimentos sanos, de calidad, producidos localmente en condiciones dignas es un derecho humano. Estas nociones son cercanas a la agroecología, la ecología política, los movimientos ambientalistas y las narrativas alternativas al desarrollo con anclaje territorial y comunitario, que podemos ubicar como cercanas a la matriz socio-política indígena campesina-comunitaria asentada sobre la noción de derechos colectivos, poder comunal y defensa del territorio (Svampa, 2017).

En el presente estudio, consideraremos el enfoque de la soberanía alimentaria como *horizonte* para pensar la producción, distribución y el consumo de alimentos en el contexto actual. Por ello, nos propusimos indagar de qué manera es concebida la soberanía alimentaria por diferentes actores de la ESSyP de Mendoza y qué relación establecen con el campo de la ESSyP.

Relacionado a este concepto, aparece el concepto de **agroecología**, que indica una forma de conocimiento y de producción con una óptica holística y sistémica, que busca diseñar agroecosistemas complejos y regulados y minimizar los agroquímicos y

subsidios energéticos. Promueve la biodiversidad funcional y estructural en los agro sistemas a largo plazo y de manera sustentable, a través de un uso conservacionista del suelo, policultivos y rotación de los mismos, uso de fertilizantes orgánicos, manejo de biodiversidad para el control de plagas y reciclado de nutrientes. Pone especial énfasis en las interrelaciones ambientales y humanas, dándole a las relaciones socio-productivas y al entorno local un lugar central y preconizando a la ética como valor fundamental. Además, en este enfoque convergen diferentes formas de conocimiento, reuniendo nociones de la agronomía, la ecología, la sociología, la etnobotánica, la antropología, la economía y otros saberes (Sarandón, 2002).

Los alimentos **orgánicos**, por su parte, también son alimentos producidos libres de plaguicidas y agroquímicos, protegiendo el medio ambiente y a los consumidores. Estos alimentos cuentan con una certificación específica (nacional e internacional) que garantiza el origen y la trazabilidad del alimento. El sello orgánico tiene su origen en Europa y nació diferenciándose de la agricultura química, con un fuerte énfasis en los requisitos demandados por los consumidores (Bruetman, 2020). En nuestro país, contamos con una legislación específica de producción orgánica o biológica (Ley 25.127) y el SENASA es el encargado de las certificaciones y controles pertinentes.

Sin embargo, la producción orgánica no implica necesariamente una preocupación por las condiciones de trabajo de los productores, suele ser más cara, y gran parte de ella, en Argentina, se destina a la exportación (Bruetman, 2020). Mientras que los alimentos agroecológicos aún no cuentan con una legislación y certificación generales, sino con certificaciones participativas y controles locales, asociadas a organizaciones sociales, investigaciones de diferentes universidades nacionales y el INTA. Sin embargo, según explica Bruetman (2020), lo realmente preocupante es que la agricultura convencional no tiene ningún tipo de control en la producción.

La **agricultura convencional o el enfoque productivista**, al cual la agroecología se opone, pone el énfasis en el rendimiento a corto plazo, el uso intensivo de suelos, los monocultivos, la mutación genética de plantas para el control de plagas, el uso de químicos y fertilizantes sintéticos. En este enfoque no se tienen en cuenta o se minimizan los aspectos socioculturales y el conocimiento científico-técnico se erige como el único válido en la producción de alimentos.

La agroecología, como enfoque, se encuentra íntimamente ligado a la soberanía alimentaria, ya que en ambos converge el cuestionamiento, no únicamente por la calidad nutricional e inocuidad de los alimentos, sino también, de manera fundamental, por las

condiciones de producción, el ambiente, los sujetos que producen y el acceso a la tierra, desde una perspectiva integral de transformación social.

En las entrevistas, estos conceptos se cruzan y se retroalimentan. El referente de una comercializadora lo resumía de esta manera:

*“La cuestión de la soberanía alimentaria es bastante clave para nosotres, en esto de poder acercar alimento sano, entendiéndolo no como una cuestión new age de cuidar mi salud, sino por tratar de priorizar la producción de alimentos agroecológicos. No necesariamente con el sello orgánico, pero sí que estén libres de pesticidas, porque entendemos que es un problema grave el consumo de alimentos tal como lo plantean las cadenas de supermercados. Y aunque sea muy difícil, sin ponerse en purista respecto a “este grano de garbanzo no tiene nada...”, sí es un punto importante tratar, para nuestra alimentación, para la alimentación de los consumidores, para esa circulación. De hecho, es la razón por la cual no vendemos productos fabricados industrialmente. Todos los productos que vendemos, si bien no tienen el sello orgánico, están producidos de forma agroecológica o lo más cercanamente posible a esa instancia”. (R2)*

### Definiciones de soberanía alimentaria por actores de la ESSyP mendocina

Cuando preguntamos a los entrevistados acerca de las definiciones que dan a la soberanía alimentaria, observamos que incluyen en las mismas a las condiciones de producción de los alimentos, más allá de la característica de ser alimentos de calidad y sin agroquímicos. Encontramos referencias a lo comunitario, a la solidaridad y al bien común:

*“A mí me suena a lo que estamos hablando. A que vos puedas elegir tu comida y el que la cultiva pueda vender su comida y vivir de eso. Eso pensaba. La palabra soberanía me suena a eso. A que sea soberano el que lo hace y el que lo come.” (C2)*

*“La soberanía alimentaria viene del concepto de solidaridad también entre pares, entre pueblos. Tiene que ver con esto: a mí no me interesa solo yo estar bien alimentada y libre de agrotóxicos o tener un consumo responsable. A mí me interesa por mí, me interesa por mi mamá, por mi papá, por mi hermano y por la comunidad en la que estoy inserta y por todas las comunidades.” (C1)*

*“Bueno, si pensamos nuestro cuerpo como territorio pensar ser soberanos sobre nuestro cuerpo viene de la mano de ser soberanos sobre nuestra alimentación y en eso viene*

*con esto de poder exigir qué quiero consumir y bajo qué procesos detrás, que procesos detrás tiene ese alimento que a mí me llega a la mesa. Por eso no nos da lo mismo si trae o no trae un agrotóxico, no nos da lo mismo si es el resultado de una agricultura familiar o es el resultado de un sistema de trata laboral, de trabajadores golondrinas precarizados, violentados y demases.” (C1)*

A partir de estas definiciones, nos preguntamos entonces acerca de la relación existente entre la soberanía alimentaria y la Economía Social, Solidaria y Popular.

### ¿Cómo se relaciona la soberanía alimentaria con la Economía Social, Solidaria y Popular?

A través de las entrevistas, observamos que estos dos conceptos se conciben de manera relacionada, específicamente en el caso de los alimentos. Sin embargo, esta relación se comprende de diferentes formas para las 3 categorías de entrevistados.

En el caso de los agentes estatales, encontramos divergencias entre los dos funcionarios entrevistados. Por un lado, una de las agentes estatales expresó que este concepto es trabajado en su área en lo referente a la alimentación, de manera indirecta. En este sentido, encuentra una relación, pero mencionó que este concepto no se erige como eje central de los programas que llevan a cabo. Explicó que la soberanía alimentaria es trabajada en las capacitaciones que brindan junto a otros conceptos relacionados (consumo responsable, agroecología, comercio justo). El otro agente estatal entrevistado, por su lado, expresó que la cuestión de la soberanía alimentaria es central y que es necesario que el problema de la alimentación esté entre los principales debates políticos. Para ello, indicó que es menester un involucramiento y articulación profunda entre el Estado, las organizaciones y toda la sociedad, con el fin de desincentivar la lógica del mercado, que conduce a la concentración económica, la competencia desleal y la destrucción del empleo.

Las consumidoras entrevistadas, por su parte, establecieron una unión intrínseca entre la Economía Social, Solidaria y Popular y la soberanía alimentaria, explicando que cada uno de estos conceptos se entiende en relación al otro. Refirieron que, según ellas, las comercializadoras de la ESSyP facilitan la intermediación y de esta forma promueven la soberanía alimentaria.

En similar sintonía, los referentes de las comercializadoras expresaron que el concepto de soberanía alimentaria funciona como eje o base sobre la cual trabajan en estos

espacios y que el aporte de la Economía Social, Solidaria y Popular a la soberanía alimentaria tiene que ver con promover una lógica de producción y ventas distinta a la de las grandes empresas y la economía privada:

*“Creo que es como un poco la base en que se creó el almacén. Yo como te digo, estoy desde hace un año y me estoy interiorizando con lo que es la soberanía alimentaria, pero la base del almacén es eso. Desde apostar a eso, a que todas las comunidades sepan qué es la soberanía alimentaria, de que los grandes productores dejen de cagarnos, [...] de una apuesta a eso.” (R1)*

*“Yo creo que en la utopía que persiguen, hay muchos puntos en común. No se podría pensar en un mundo basado en la Economía Social y Solidaria si no tuviera un anclaje fuerte en la soberanía alimentaria. Y viceversa. La soberanía alimentaria es difícil pensar que se va a lograr solo desde la lógica de la economía privada y de los intereses que hoy se ponen en juego.” (R3)*

En base a las entrevistas, la bibliografía consultada y las experiencias previas en el circuito de la ESSyP, entendemos al concepto de soberanía alimentaria como un concepto paraguas, abarcativo e integral respecto a la alimentación, que indica que la lógica especulativa dominante en el campo económico a nivel mundial es contraria a los objetivos que la soberanía alimentaria propone y a la concepción de la alimentación como un derecho. Es decir, en este modo de producción, con las condiciones existentes y la lógica de producción y consumo desmedida, feroz y destructora del medio ambiente y los seres humanos, es imposible lograr la soberanía alimentaria para todos los pueblos y personas. Es, en este sentido, que la Economía Social, Solidaria y Popular -junto a otros movimientos y perspectivas (agroecología, ambientalismo, ecología política)- realiza su aporte, promoviendo formas de producir, comercializar y consumir que obedecen a una lógica distinta a la capitalista, aunque aún de manera sectorizada y minoritaria.

En esta línea, es pertinente preguntarnos qué grupos forman parte de la Economía Social, Solidaria y Popular (ya revisados en el primer capítulo), y, respecto al consumo, qué sectores tienen acceso a los espacios de comercialización de la ESSyP en Mendoza.

### 2.3.5 Sectores que consumen productos de la ESSyP

Como planteamos anteriormente, los entrevistados refieren una demanda en aumento respecto al consumo de alimentos de calidad, agroecológicos, que encarnan procesos productivos dignos y redes de comercio justo, donde la ESSyP se erige como actor principal que facilita este consumo. Sin embargo, nos preguntamos acerca de qué sectores tienen accesibilidad a este tipo de consumo, quiénes pueden problematizarlo y a qué factores está asociado este acceso o cuestionamiento.

Si bien en el presente estudio no indagamos en variables específicas para realizar un análisis de clases sociales o sectores sociales preciso y riguroso -que sería pertinente y necesario realizar- sí encontramos algunos indicios de los sectores que acceden a este consumo a través de las entrevistas y la bibliografía consultada. El diagnóstico general es que el consumo de productos de la ESSyP mendocina está sectorizado en clases medias y medias-altas y es todavía minoritario en relación al consumo en supermercados y grandes cadenas. Uno de los entrevistados refería:

*“Falta mucho todavía como para que eso sea el consumo mayoritario, para que deje de ser un consumo alternativo, pintoresco, sino para que sea una forma más de producir y consumir que esté al alcance de los consumidores”. (A1)*

En relación a los sectores que consumen, se encontraron algunas categorías. A nivel de personas y familias, se destaca el acceso de personas vegetarianas y veganas que problematizan el consumo de alimentos y que por ello demandan mayor información sobre su producción y llegan a estos espacios de comercialización. Además, se encuentran personas que forman parte del circuito de la ESSyP (miembros de organizaciones sociales, agrupaciones, cooperativas o mutuales), universitarios y profesores, turistas que buscan productos regionales como vino y artesanías, profesionales de las ciencias agrarias y sociales, funcionarios estatales que trabajan en áreas de Economía Social o son afines a los valores por ella promovidos, familias y vecinos con un vínculo fuerte con una determinada organización.

A nivel de instituciones u organizaciones, se destacan determinadas áreas del Estado provinciales o municipios a través de las compras públicas, escuelas, centros comunitarios y algunas empresas, interesadas en las compras inclusivas y la economía circular. Respecto a estos sectores, entrevistados de las 3 categorías expresaban:

*“Hay mucha gente que está mucho más informada, que ya consume desde hace mucho estos productos. Mucho la gente que es vegetariana, que es vegana, están como más informadas, porque vienen desde hace tiempo interactuando con estos temas.” (R1)*

*“[...] no tengo datos, pero sí, sí lo veo, aunque sea en mis grupos donde hay un nivel socioeconómico parecido, es esa cuestión enlazada a lo universitario y a lo universitario también muy particularmente desde el ámbito de la Facultad de Ciencias Políticas. Porque nosotros estamos familiarizados con este tipo de procesos, yo lo noto... O sea, son pocos quienes por fuera de eso eligen este tipo de espacios si no tienen algún tipo de vínculo desde ese lugar. Insisto. [...] no lo noto tanto como cuestión de clase, puede haber una cuestión de clase en cuanto a esto de cercanía y lo que ofrece. [...] Pero para mí lo cultural desde ese lugar sí pesa fuerte, porque lo noto. Y porque es como, “ay, ¿eso de dónde lo sacás?, ¿de dónde salió? ¿Por qué lo conocés?” [...] Es real que, si yo no hubiese pasado por la universidad, tanto como estudiante como laboralmente, muchos de estos circuitos que yo conozco, no los conocería.” (C1)*

*“[...] el que forma parte del sector de la Economía Social, que está en una unidad productiva, que forma parte de una cooperativa, que es de una mutual, por ahí hasta le puede comprar a los mismos, pero eso tiene un límite”. (A2)*

En esta misma línea, un referente de una comercializadora, en relación a la pregunta sobre los sectores que consumen sus productos, respondió:

*“A un determinado segmento de la población. Entonces bueno, para muchas la dificultad, el desafío es romper esos caminos de lo ya conocido para llegar a quienes no te conocen. A veces es el vecino que está acá a la vuelta, que vive en frente hace 5 años y no sabe que hay un almacén. [...] Las facilidades son, justamente, que dentro de ese universo un poco más reducido de población que es un poco más sensible a determinado tipo de políticas, a determinado tipo de circulación de la información, gente que escucha una radio comunitaria, que ve la televisión comunitaria, que está atenta a lo que pasa con una comunidad originaria o lo que pasa con las organizaciones campesinas, en general, tienen ganas de colaborar. Entienden su responsabilidad como consumidores. Y en general no tienen ganas de ir al supermercado. [...] en ese segmento de la población hay un interés real.” (R2)*

Una entrevistada refirió también que el consumo de los sectores populares, de la gente “del barrio” es muy minoritaria. Y que, en los casos que se da, está asociada a ferias itinerantes o mercados de cercanía.

*“[...] la gente que vive del día a día no, va y compra lo que puede, lo que le alcanza. Entonces, a veces no te fijás si es más saludable o no. Comprás la salsa en el supermercado porque es la que te alcanza.” (R1)*

*“[...] nos gustaría obviamente llegar más al barrio, que cuesta. Y la idea en eso, acercarnos nosotros al barrio. Hacer una feria, invitar a gente, a compañeros de la organización de diferentes lugares para también que conozcan el almacén y ahí captar también nuevos consumidores. [...] la idea es llegar a ellos, que ellos puedan comprarnos a nosotros. Y después sí, al público en general. Siempre buscar nuevos clientes, nuevos consumidores, es lo ideal.” (R1)*

A nivel de los productos ofrecidos, los referentes de las comercializadoras indicaron que no hacen diferencias entre su público, y que el desafío es aumentar la clientela a nivel general. Sin embargo, sí entienden que hay determinados productos que son más consumidos por familias (principalmente alimentos) y otros (textiles, artesanías, etc) son más requeridos por empresas, instituciones o turistas.

Dentro del planteo acerca de los sectores que tienen acceso a consumir en la ESSyP, entra la discusión de si las comercializadoras o productores que forman parte de este circuito tienen realmente como objetivo ampliar su público y masificarlo en algún punto. Algunas organizaciones o productores no están interesadas en producir más de lo que producen y comercializan. Sin embargo, en la mayoría de los casos, según las entrevistas, hay en el circuito de la ESSyP una común preocupación por llegar a más sectores.

En este punto del análisis y de la pregunta que guía nuestro trabajo de investigación, consideramos esencial detenernos en tres aspectos, que guían la continuación del trabajo: en primer lugar, preguntarnos acerca de los factores estructurales que facilitan o dificultan el acceso a productos de la ESSyP. En segundo lugar, indagar en las estrategias de las comercializadoras para promover el consumo. Por último, detenernos en el rol del Estado en el fortalecimiento de la ESSyP y las intervenciones necesarias para un consumo más masivo.

### **2.3.6 Factores estructurales que dificultan el acceso al consumo ESSyP**

Durante el proceso de investigación, hemos propuesto estudiar al consumo desde una perspectiva sociológica, es decir, prestando especial atención a los factores estructurales que inciden en el consumo, más allá de las elecciones individuales o

situaciones particulares. Entendemos que atender a estos determinantes estructurales es fundamental a la hora de problematizar el consumo, en especial el consumo de alimentos.

En el caso de las dificultades para acceder a alimentos producidos y comercializados en las redes de la Economía Social, Solidaria y Popular, encontramos algunos elementos centrales que inciden:

### Distancia geográfica

La categoría que más se mencionó en las entrevistas está asociada a la dificultad de acceso por distancia, es decir, por no encontrar este tipo de negocios en los barrios y en distintos departamentos de la provincia. Esto nos sorprendió, ya que habíamos pensado, como anticipación de sentido, que los precios se presentarían como la principal traba.

Dentro de la distancia a estos negocios, se mencionó la incomodidad y la dificultad en el transporte que genera en las rutas habituales de compras, asociadas en su mayoría a almacenes barriales y supermercados. A su vez, la cantidad de negocios de este tipo son todavía pocos en la provincia (alrededor de 15 o 20 comercializadoras fijas) y se encuentran principalmente concentrados en el Gran Mendoza, lo que implica una menor cobertura geográfica.

Algunos de los entrevistados mencionaron:

*“[...] yo creo que la cercanía. Como te decía recién, eso es como básico. Porque la mayoría de las personas que nosotros intentamos están en los barrios y a veces cuesta que lleguen acá. Y el no tener vehículo muchas veces con el bolsón de verdura se complica. Nos decían los mismos compañeros, “Che, pero en el micro me cuesta llevarme el bolsón, ¿por qué no van al barrio y lo llevan directamente, o hacen un nodo?” (R1)*

*“[...] es más fácil por ahí ir a un supermercado que ir a un mercado de la Economía Social y demás porque no tiene esa accesibilidad. Uno mismo lo hace por ahí, necesitas algo rápido y vas y lo compras en la esquina de tu casa o a dos cuadras de tu casa y no te trasladás hasta el lugar por ahí que va a tener mayor impacto tu compra”. (A2)*

*“[...] en la dinámica económica, hoy es hacer un esfuerzo. El esfuerzo no deja para mí de estar presente. No es “Ah, es una tontera”. No. Porque es real. Consumir es ir a*

*determinados almacenes que son contados con los dedos de la mano, que están en determinados puntos geográficos” (C1).*

### Escasa variedad en la oferta

Otro de los factores que se mencionaron como trabas para el consumo fue la poca variedad en la oferta. La producción y comercialización en la ESSyP sigue estando asociada a algunos rubros, principalmente alimentos (centrado en verduras, alimentos no perecederos, conservas, vinos) y artesanías. Mientras que, en cuanto a lácteos, carnes, repuestos, productos de limpieza o de higiene personal, hay una oferta muy limitada. Además, se encuentran escasos alimentos que cumplan requisitos de dietas más específicas, como alimentos sin TACC o sin azúcares. Esto conlleva que no se puedan planificar las compras mensuales en negocios de la Economía Social, Solidaria y Popular, porque muchos de los productos de uso cotidiano no están disponibles en estas comercializadoras. Los entrevistados expresaban:

*“[...] los factores fisionómicos obviamente también se ponen en juego... en el sentido de que a veces es más difícil tener que, encima ya habiendo adoptado una dieta celíaca diabética, vegana... Digo, habiendo tenido que adaptar una dieta a ciertas cuestiones que también son predominantes a la hora de los consumos porque no se tienen en cuenta las cuestiones del gluten, de azúcares... Tener que readaptar encima una segunda dieta a eso, no digo que sea imposible, pero tampoco se puede exigirle a una persona que ya ha tenido que ver cómo solventar una situación, exigirle lo otro. [...] o. Insisto, si no hay oferta exigir eso es muy complicado.” (C1)*

En este sentido, los consumos a la Economía Social, Solidaria y Popular se presentan en productos muy específicos, lo que implica que la planificación del consumo sea mixta, en cantidad y frecuencia: se combinan compras a supermercados o mayoristas con compras complementarias a la Economía Social, Solidaria y Popular. Este tipo de consumo “mixto” también se asocia a los precios y a la disponibilidad de ofertas, promociones bancarias y opciones de pago virtuales, que detallaremos a continuación.

### Precios

Respecto a los precios de los productos comercializados en el circuito de la ESSyP, encontramos cierta variedad. Algunos alimentos, como frutas y verduras, suelen tener un precio menor, debido a la disminución de intermediarios entre el productor y el

consumidor. Sin embargo, algunos alimentos elaborados o con algún grado de procesamiento (galletas, conservas, fideos, harinas, frutos secos, yerba, hamburguesas de legumbres, etc.) presentan una mayor variación de precios respecto a los supermercados, por ejemplo.

Esto puede analizarse a su vez, a la luz de otros dos factores estructurales: muchos de los alimentos vendidos en este tipo de negocios son agroecológicos, lo que implica mayor tiempo y cuidado en la producción (incluyendo condiciones dignas de trabajo para los productores), generando un aumento en los costos. A su vez, los alimentos procesados son elaborados de manera artesanal o casera, lo que los encarece respecto a productos industrializados fabricados por grandes marcas o cadenas.

En las entrevistas se mencionó que hay una creencia generalizada respecto a que los precios en la ESSyP son más altos (a veces asociada al sello orgánico, por ejemplo), cuando no siempre es así.

*"[...] a veces sí son productos que tienen otro precio. Es un proceso solidario que se adapta, pero no siempre. Sabemos que depende de muchas variables, porque como muchas veces son pequeños productores, claramente no tienen las ventajas comparativas de las grandes cadenas a la hora de bajar un precio." (C1)*

*"Algunos productos tienen un precio mayor. No todos. Pero, un paquete de galletas industriales va a ser siempre más barato que un paquete de galletas que produce una compañera en San Martín. Porque a esa compañera acceder a los costos y a los medios de producción para poder realizar ese paquete de galletas, le va a ser más caro que a una empresa grande. Entonces, para quien tiene que comprar, para los consumidores, en un contexto económico como el que vive la Argentina de crisis permanente, y bueno, en una situación de apuro, vas a elegir una galleta industrializada, no vas a comprar la galleta artesanal que produce una persona." (R2)*

## Formas de pago

La imposibilidad de pago con tarjeta (crédito y débito) o virtualmente (mercado pago o transferencias), la no vinculación con el sistema bancario u otros entes financieros que otorgan cuotas o beneficios y la falta de promociones, ofertas o descuentos de otro tipo (jubilados, combos, 2x1, compra mayorista) dificulta el acceso al consumo de estos productos. La asociación de los bancos con las grandes cadenas de supermercados implica, a veces, descuentos del 10%, 15% o 20% del total de la compra, lo cual, en el

contexto de crisis socioeconómica nacional, se convierte en una herramienta importante para los consumidores, sobre todo respecto al consumo de alimentos, que es el prioritario y el más cotidiano.

Al respecto, algunos de los entrevistados mencionaron:

*“[...] también tiene que ver con esto que te decía recién de los las formas de pago. Hay organizaciones que te reciben débito y otras que no. Por lo general las organizaciones no te reciben el crédito, entonces ahí ya tenés una limitante en muchos consumos de los sectores medios.” (A1)*

*“Yo no dejo de comprar en el gran hipermercado porque en el marco del contexto socioeconómico que vivimos es así. Si voy, aprovecho la promo, más la promo, más la promo y sí, te ahorras un montón de gaita. Entonces, en ese sentido, yo hago una cuestión mixta pero porque también tiene que ver con eso. O sea, mientras se achica la libertad, desde lo económico, desde la localización, y... es más difícil acceder a esa otra economía”. (C1)*

### Rapidez para comer, hiperproductividad del sistema

Teniendo como base el contexto nacional y provincial que hemos revisado en el diagnóstico territorial (pobreza, informalidad y precarización laboral e inflación); y el contexto internacional de hiperproductividad, rapidez y sobreadaptación característicos de la modernidad líquida (Bauman, 2002), las posibilidades de generar un tiempo para comer, cocinar, compartir y detenerse durante el día son cada vez menores. En ese marco, entra en escena la comida empaquetada, ultra procesada y rápida que se compra lista para consumir como una forma de solucionar el almuerzo o la cena, por ejemplo. Las consecuencias para la salud de este tipo de consumo ya fueron explicitadas en un apartado anterior.

Los productos que se venden en las comercializadoras de la ESSyP no son de este tipo, sino que suelen ser comidas sin procesar o con un mínimo grado de procesamiento, lo que implica que deben ser luego preparadas y cocinadas. Entendemos que, en este sentido, la ESSyP puede adaptarse, ampliando la diversidad de sus productos y ofreciendo alimentos de calidad nutricional listos para consumir, generando a su vez un mayor agregado de valor a sus productos. La iniciativa de comidas preelaboradas de la empresa recuperada mendocina “La Terre” va en este camino:

*“Lo que hizo la Terre que me parece una gran vuelta de rosca es esto de que yo no suelo tener mucho tiempo para cocinar o para parar en el día, entonces, no sé... con el arroz o las lentejas de la Terre, las tenés ahí, sabes que en un rato comes una comida rica.” (C1)*

Sin embargo, llamamos la atención acerca de que el problema estructural en este punto es la imposibilidad de generar un tiempo específico para cocinar y comer dentro del sistema y contexto en los que vivimos. Algunos entrevistados explicaron:

*“[...] tiene que ver con el consumismo, con la cultura de lo rápido, de hacerme algo rápido que estoy apurado. O sea, la alimentación saludable también está con eso, con poder hacerse el tiempo para comer uno solo, en familia o con amigos, pero también tiene que ver con compartir también y no solamente con comer porque tengo que seguir haciendo cosas. Entonces hay necesariamente una pausa que hay que hacer en cómo estamos viviendo como sociedad.” (A1)*

*“[...] para la dinámica del día a día implica otras exigencias. Porque obviamente la comida rápida a veces a quien trabaja de sol a sol le va a solucionar la existencia. Y más allá de todo lo que uno pueda estar de acuerdo, si uno no tiene margen, horario laboral... Y sí, va a consumir comida rápida del tipo que sea, aunque sea una ensalada.” (C1)*

## Desconocimiento

Otro de los factores que dificultan el acceso al consumo tiene que ver con el desconocimiento de que estos circuitos existen o el lugar en el que se encuentran ubicados. Los entrevistados refirieron, en varias ocasiones, que una gran cantidad de la población desconoce la existencia de la Economía Social, Solidaria y Popular y los mercados o espacios de comercialización que ella reúne. A su vez, la información o publicidad de las comercializadoras -cuando existe- circula por medios comunitarios o redes sociales, que no alcanzan públicos masivos:

*“[...] tiene que ver con el acceso al conocimiento sobre que eso existe. Más allá de que en Mendoza hay espacios como la Vida feria o distintos mercados de la Economía Social que han ganado muchísimo espacio en el último tiempo, hay una población gigante que desconoce esos circuitos de comercialización. [...] No tenemos publicidad en la calle, no tenemos publicidad en la tele, no tenemos publicidad en la radio.” (R2)*

Una de las agentes estatales entrevistadas, refería a su vez, que las posibilidades de publicitar en los canales de televisión provinciales más vistos se realizan a partir de redes particulares o en momentos muy específicos, relacionadas con los esfuerzos que hacen desde el área para poder promocionar, pero que, en general, está muy dificultada.

### Problemáticas de las organizaciones y rol del Estado

Por último, una de las dificultades está atravesada por la lógica interna de las organizaciones, la gestión de sus espacios y recursos y la relación de las organizaciones con el Estado.

Las organizaciones enfrentan problemáticas internas de gestión de los recursos materiales y humanos, entre las que encontramos: falta de espacio para almacenar, falta de capacitación en herramientas informáticas, diseño, promoción y administración, falta de capital e inversión, falta de personal técnico, falta de financiamiento, imposibilidad de realizar compras mayoristas, falta de solvencia económica para sostenerse en el tiempo, falta de certificaciones de ciertos alimentos, problemas legales de habilitación de los espacios, entre otros. Sucede entonces que, en muchas de las organizaciones, el trabajo cotidiano está marcado por la precariedad y depende en gran medida de la voluntad y esfuerzo de quienes forman parte de la comercializadora y de la participación del Estado a través de subsidios, programas, etc.

El rol del Estado, en este sentido, cobra un lugar principal. Entendemos que el Estado debe promover y brindar herramientas y facilidades para que las condiciones estructurales para la comercialización estén aptas, asegurando el trabajo de los miembros de las comercializadoras. Ahondaremos en este tema con mayor profundidad en el capítulo 4.

#### **2.3.7 Factores estructurales que posibilitan el consumo de productos de la ESSyP**

Habiendo hecho una caracterización de los principales factores que dificultan el acceso al consumo de productos de la ESSyP, nos proponemos describir brevemente qué factores lo facilitan. Esto está ligado a las estrategias que se despliegan desde las comercializadoras y el Estado para su promoción, que ahondaremos en el capítulo 3 y 4, por lo que en este apartado únicamente los mencionaremos.

En primer lugar, mientras que la distancia a los espacios de comercialización de la ESSyP dificulta el acceso al consumo de sus productos, la cercanía, contrariamente, los facilita, porque no implica cambiar la ruta habitual de compras. Una consumidora explicaba que la comodidad y la cercanía es lo que permite que su consumo a la ESSyP se sostenga en el tiempo.

En esta línea, otra de las consumidoras explicaba que uno de los factores que facilitan es el reparto a domicilio y, asociado a ello, las compras virtuales por distintas vías (Whatsapp, catálogos online, etc). En algunas comercializadoras, estas modalidades se implementaron durante la pandemia del COVID-19 y, en otras que ya las tenían adoptadas, se incrementaron. Esto permite un acercamiento y una fidelización mayor de los clientes, porque posibilita, por ejemplo, una planificación del consumo semanal en una familia y la elección de los productos a través de catálogos.

Otro de los factores mencionados como promotores del consumo, en relación a una comercializadora específica, es la diversidad de productos que allí se venden. Así como la poca oferta se presenta como obstáculo, la diversidad se erige como facilitadora. Una consumidora transmitió:

*“La verdad me gustó mucho, muy novedoso porque tiene que ver con eso, con no solo voy a comprar productos específicos. En [...] puedo decir: quiero comprar la verdura, pero también los productos de higiene personal. Si quiero consumir otro tipo de productos como lácteos y demás también están a disposición. [...] Diversifica, unificado en un mismo espacio físico, lo cual no es que tengo que ir a comprar la verdura acá, el producto de higiene acá, la granola acá (indicando con las manos distintos lugares). O sea que, para mí, fue buenísimo.” (C1)*

La preparación de los equipos de gestión de las comercializadoras, el vínculo entre la comercializadora y sus clientes, las articulaciones entre comercializadoras y organizaciones, las facilidades de pago, la venta de comidas preelaboradas, la organización entre comercializadoras para compras mayoristas y el financiamiento estatal en subsidios para sueldos, programas y organización de ferias y encuentros de ESSyP fueron otros de los factores mencionados como promotores del consumo, que detallaremos en los próximos capítulos.

## Capítulo 3: Estrategias de comercialización para la promoción del consumo en la ESSyP

Uno de los principales ejes de la investigación se situó en la indagación de las estrategias para la promoción del consumo que despliegan las comercializadoras de alimentos de nuestra provincia, con el fin de caracterizarlas y analizarlas.

Esto se relaciona con la posibilidad de problematizar el consumo desde la comercialización. Nos preguntamos acerca de qué lugar se le da al consumo en estos espacios, cómo se lo concibe, qué obstáculos o nudos problemáticos se encuentran, qué relación existe con los consumidores, entre otros. Estas preguntas surgieron a partir de la siguiente hipótesis: la ESSyP produce manufacturas y servicios de gran calidad, pero no logra un impacto en la comercialización y en el consumo ni acceder a sectores masivos, como desarrollamos previamente. Así lo sintetiza Eva Verde, respecto a una experiencia de comercialización particular (2022):

[...] empezamos a ver que siempre había un mismo cuello de botella: teníamos capacidad para producir, pero no para colocar esos productos. Algunas unidades productivas más grandes, más cooperativas, como las textiles, tenían una relación con el Estado. [...] Pero no era nuestro caso. (p.88)

Eva Verde argumenta que, respecto al consumo, la comunicación hacia la sociedad es fundamental, planteando como prioritaria una “socialización de información”, pues estas pequeñas comercializadoras compiten con un mercado corporativo que tiene a su

disposición los medios de comunicación, el marketing y la publicidad. Por lo tanto, ¿en qué lugar quedan las comercializadoras de la ESSyP frente a las grandes empresas y marcas? ¿Cómo pueden hacer para difundir sus productos y ampliar el público que accede a ellos? ¿Qué mensajes se transmiten? ¿Por qué vías? ¿Qué herramientas se despliegan?

En el presente capítulo entonces, nos proponemos indagar en las estrategias de las comercializadoras de la Economía Social, Solidaria y Popular mendocina para la promoción del consumo. Para ello, en las entrevistas realizadas preguntamos acerca de la existencia de dichas estrategias y su funcionamiento y cuáles sería necesario modificar, mejorar o crear.

De las 3 comercializadoras estudiadas, se encontró que dos de ellas realizan estrategias para la promoción del consumo y una de ellas aún no, construyendo únicamente propuestas incipientes. Observamos que esto se relaciona en gran medida con la trayectoria, el nivel de organización y la experiencia en el rubro que tiene cada comercializadora. Es decir, a mayor recorrido, cantidad de años en el ámbito y organización, mayor problematización del consumo y estrategias dirigidas en esta dirección. Caracterizaremos entonces las estrategias existentes en dichas comercializadoras.

### 3.1 Estrategias existentes

Una de las estrategias presentes en las comercializadoras tiene que ver con la **articulación y red entre ellas**, que posibilita distintos movimientos.

Las compras colectivas, es decir, compras conjuntas de algún producto específico (generalmente productos que no se producen en la provincia, como yerba mate) permiten tener stock de ciertos alimentos a los que no se podría acceder sin este mecanismo. Las compras colectivas se instituyen de este modo como una posibilidad de abaratar costos (de transporte principalmente) y ampliar la oferta de productos que se comercializan en cada espacio. La referente de una de las comercializadoras manifestaba:

*“Lo bueno de esto es que, ponele, nosotros no teníamos yerba y nos dijeron que hagamos una compra colectiva, tenés esa buena onda con los otros mercados que te ayuda también. Entonces eso sí, que es la diferencia con las grandes cadenas, que no*

*te van a ayudar para hacer un acuerdo para una compra colectiva y que nos salga más barato a todos". (R1).*

*"Si se trae yerba a Mendoza, que no la traiga cada uno por separado sino poder hacer compras en conjunto entre las comercializadoras. Si se trae algo de afuera, que ese camión que viene no se vaya vacío, sino que se lleve productos de Mendoza. Todo eso te lo permite la organización." (A1)*

La articulación entre comercializadoras también facilita la transmisión de conocimientos sobre organización y gestión, los contactos de productores de la ESSyP, el apoyo cuando hay eventos de cada organización o ferias conjuntas, la ayuda con el transporte, la compra de determinados productos a otras comercializadoras, etc.

Probablemente entre las comercializadoras de la ESSyP existen distintos grados de cooperación y alianza, asociados también a la cercanía geográfica, los miembros que las componen, los grupos políticos de pertenencia y la posición ideológica respecto a determinados temas como la relación con el Estado. Pero los entrevistados significaron, en rasgos generales, el vínculo entre los distintos espacios como una relación de compañerismo, ayuda mutua y solidaridad. En futuras investigaciones, sería enriquecedor profundizar en las alianzas y diferencias existentes. Este objetivo escapa a nuestro estudio, dado que no podemos realizar una generalización en base a las entrevistas realizadas.

Otra de las estrategias, vinculadas a las compras colectivas, pero no únicamente a ellas, tiene que ver con la **ampliación de oferta de los productos**, para propiciar que los espacios de comercialización se establezcan como posibilidades reales de reemplazar las compras a negocios de similar categoría (rubro alimentario). Tal como explicamos en los *factores estructurales que dificultan el consumo a la ESSyP*, la escasa variedad en la oferta es un gran obstáculo para el consumo, el cual las comercializadoras intentan modificar paulatinamente a través del intercambio con otras organizaciones y la ampliación de sus proveedores/as.

Uno de los mecanismos que también está presente en las comercializadoras tiene que ver con el **sostenimiento de precios** en un contexto de inflación y especulación. Los referentes entrevistados entienden que el compromiso social de los espacios de los que forman parte implica vender productos de acuerdo a los costos de producción y logística, sin especular (acumulando stock hasta que suban los precios, por ejemplo). De este modo, establecen una clara diferenciación respecto a las grandes empresas

productoras de alimentos y cadenas de supermercados. Un referente explicaba que la diferencia entre estas grandes empresas y las comercializadoras de la ESSyP está dada por el objetivo que persiguen:

*“[...] lo que se fijó es que hay que tener fin de auto sostenerse. No fin de lucro, pero si de autosostenerse. [...] La comercializadora no persigue la acumulación. Es un distribuidor de riqueza. Pero sí de autosostenibilidad. Ese es el desafío a lograr. La gran mayoría de las empresas privadas tienen en el centro el lucro, maximizar su ganancia, y todo lo demás lo ponen en un segundo plano. En este caso, lo que vos necesitás es autosostenerte y que la cosa funcione. Que ganar-ganar esté dado para quien produce y para quien consume.” (R3)*

La **difusión y la educación del consumidor** aparecen también dentro de las principales estrategias para la promoción al consumo en las comercializadoras de la ESSyP, relacionadas estrechamente con el vínculo comercializadoras-consumidores. Esta difusión se materializa a través de distintas iniciativas y propuestas. Algunas de ellas son: la promoción por redes sociales, la planificación de encuentros, talleres y capacitaciones, la participación en medios de comunicación comunitarios, la articulación y generación de eventos con organismos estatales y la Universidad Nacional de Cuyo y la vinculación directa con los consumidores en cada espacio de comercialización.

Una referente explicaba, en relación a la difusión por redes sociales y la venta directa en la comercializadora: *“Nosotros siempre estamos poniendo que son desde los compañeros y vamos incentivando y la gente lo va viendo y se va enterando también de eso y está bueno.” (R1)*

A su vez, planteaba que para ellos esta tarea de información tiene que ver con la propia capacitación: *“Hay que informar todo el tiempo. Nosotros mismos tenemos que todo el tiempo estar informándonos, porque no sabemos o no estamos interiorizados todavía en todo. Vamos de a poquito. Lo que vamos trayendo, nos vamos informando.” (R1)*

Una agente estatal, remarcaba, al mismo tiempo: *“Nosotros insistimos mucho en que los emprendedores le expliquen al consumidor por qué le tienen que comprar sus productos, para que el consumidor no compre algo por comprar, sino que lo compre sabiendo qué está comprando y qué es lo que implica esa compra pequeña o grande de ese producto.” (A2)*

Se observa entonces que se aspira a transmitir la identidad de los productos y los sujetos que llevan a cabo la producción y realizar una valoración de los mismos:

*“La bajada [...] es que son productos con “historias sueños y luchas”. Va justamente en esa dirección, en poder decir “Che, atrás de esta botella de tomate, están estas familias, está esta organización, está este modelo de trabajo”, no está simplemente el tomate. Y por eso es que queremos que compres esta botella de tomate y no la otra, porque así podés ver cómo el proceso del trabajo ocupa un lugar diferente.” (R2)*

Relacionado a ello, indagamos en algunos de los conceptos centrales que funcionan como base o guía para el circuito de la ESSyP mendocina y las comercializadoras, y que se intentan promover y difundir (además de la soberanía alimentaria y la agroecología ya mencionadas). Algunos de ellos son: el comercio justo, el cooperativismo, el consumo responsable, la conceptualización misma de Economía Social y de Economía Popular, las compras inclusivas, la comunidad prosumidora, el trabajo colectivo, entre otros. Creemos que la descripción de estos conceptos desde la voz de los actores es fundamental, recuperada en los siguientes fragmentos:

*“Si, el cooperativismo. Por ejemplo, acá la idea es ninguno es jefe de nadie. Somos todos compañeros y vamos tomando decisiones entre todos, aunque a veces se necesita una referencia para organizar, pero la idea es que todos podamos tomar las decisiones. Está el chico que compra, la que va a controlar el stock y estamos todos... Cada uno tiene una tarea y a la vez todos podemos hacerla.” (R1)*

*“Trabajo colectivo y sin patrón, y hablamos sobre una economía autogestiva, feminista y emancipatoria. Autogestiva en relación a que seamos nosotres mismos quienes nos podemos dar los medios para producirla, feminista en el sentido de que contemple el lugar que ocupa la mujer y las distintas expresiones de género en los procesos de producción, que suele ser lo que está super invisibilizado y que se les otorgue un lugar protagónico. Y emancipatoria en relación a esto que venimos charlando de que nos pueda emancipar del capital. Esas son nociones clave para nosotres.” (R2)*

*“Otra economía es posible”, que tiene que ver con una economía que promueva estos valores de soberanía alimentaria, de precios justos, de no trabajo infantil, de no trabajo esclavo, de no explotación, no maltrato animal, no uso de agroquímicos, respetar más la naturaleza y en eso tener más la cosmovisión de los pueblos originarios de “Somos parte de la naturaleza” y no esta lógica tan extractivista y tan poco sustentable que tenemos los seres humanos de destruir lo que está alrededor.” (A1)*

El concepto de compras inclusivas tiene que ver con la conceptualización de empresas privadas con responsabilidad social (Empresas B, negocios inclusivos, Economía

Circular). En este caso, se detalla a las empresas que consumen productos de la ESSyP:

*“Que la empresa logre preguntarse qué de todo lo que compra se puede producir desde la Economía Social y Solidaria, y tratar de alinear qué es lo que habría que hacer para que eso funcione y funcione bien. Y eso son, en muchos casos, compras a escala [...] Ese concepto se llama compra inclusiva. O sea, la empresa compra lo que necesita, pero lo hace con un criterio de integración sobre todos los sectores más vulnerables.” (R3).*

Una de las agentes estatales relataba, en relación a la articulación en el área entre empresas y productores de la ESSyP: *“Nos dicen “Es un poquito más caro”. Sí, es más caro, pero explicamos el impacto que tiene, en la cantidad de personas, en el producto diferente.” (A2)*

Por su lado, la noción de comunidad prosumidora, ya desarrollada cuando hablamos de las características de la cadena de valor de la ESSyP, también se erige como eje principal para una de las comercializadoras entrevistadas. En este concepto, el vínculo productor-consumidor cobra especial relevancia, entendiendo que en ese vínculo hay reciprocidad e intereses compartidos que deben fortalecerse.

Para ello, el referente de la comercializadora entrevistada argumentaba que es necesaria una agenda que no tenga que ver únicamente con vender, sino con **generar espacios de reunión, encuentro y reflexión entre consumidores y productores**. Incluso, explicita, es posible establecer sistemas de presupuesto abierto, en el que:

*“[...] si vos compras un bolsón de verduras y sale \$1400, que vos sepas por qué vale, dónde va, que le veas la cara a la productora que organiza el bolsón, y que los productores y productoras también entiendan del otro lado que, si vos me dijiste que el bolsón va a llegar el viernes a la mañana, que llegue el viernes a la mañana y no el sábado a la tarde. Porque el consumidor planifica de acuerdo a eso. Porque si no, estoy produciendo ahí un daño que probablemente ni me dé cuenta, pero tiene que ser una cuestión de reciprocidad de un lado y del otro.” (R3)*

Estas actividades entonces son otra de las estrategias que las comercializadoras despliegan para la promoción del consumo. Algunos ejemplos de ellas son: visitas guiadas a espacios de producción, festejos, aniversarios y encuentros entre comercializadoras.

*“[...] a veces se realizan visitas a los productores. [...] vamos a conocer, por ejemplo, el productivo de chocolates que está allá, e invitamos a los consumidores a que vengan con nosotros de igual a igual a conocer quién es la persona que hace el chocolate que están comiendo y que nosotros estamos vendiendo.” (R2)*

*“El año pasado hubo una bicicleteada por la alimentación saludable. Y fueron al Arca, al Almacén Andante, al Mercado Colectivo y creo que al Almacén Campesino. Y esas son iniciativas que funcionan, y que de alguna manera “che, vamos a convocar a una bicicleteada por la alimentación saludable recorriendo puntos, la hacemos un sábado a la mañana y terminamos en el parque en la Vida Feria”. Esas estrategias está bueno apuntar. Entonces, si te gusta salir a andar en bicicleta, conocés experiencias y unís puntos, y en cada lugar te esperan con una degustación de algo. Son cosas que estimulan. Asociás la alimentación saludable con la práctica de la bicicleta... esas son iniciativas que hay que continuarlas. Y cuando el Estado se involucra, las potenciás.” (A1)*

El desarrollo de este tipo de encuentros se condice con el lugar central donde se ubica al consumo y a los consumidores para las comercializadoras de la ESSyP. Existe una valoración y una preocupación importante respecto al papel de los consumidores, al establecimiento de un lazo social y al cuidado de ese vínculo: *“[...] el consumidor no es un comprador de cosas, sino que es un activo. Se le pone especial hincapié en que el consumidor es parte del sistema.” (R3)*

Desde una de las comercializadoras, entienden que el consumo familiar o individual es lo que brinda sostenibilidad social a la organización, y que el consumo o la venta a empresas aporta sobre todo en la sostenibilidad económica, porque es capaz de movilizar una gran cantidad de recursos en poco tiempo.

Relacionado con ello, la **venta a instituciones, empresas, restaurants, organizaciones y áreas del Estado** también forma parte de las estrategias para la promoción del consumo de las comercializadoras, ya que implica una llegada a sectores más amplios, con quienes no tienen un vínculo directo. La compra estatal, por ejemplo, facilita la llegada de los alimentos de la ESSyP a comedores, merenderos, hogares para adultos mayores, hospitales y escuelas. La venta de insumos a grandes restaurants, por su lado, posibilita que estos productos se den a conocer en otros espacios, en la medida en que haya una intencionalidad de las empresas de hacerlo. Estas ventas funcionan como canales de distribución y difusión.

Por último, la estrategia de **reparto a domicilio, el uso de aplicaciones móviles para pedidos y los catálogos online** se han convertido en una herramienta fundamental para la facilitación del consumo, intensificada a partir de la pandemia del COVID-19. Una de las comercializadoras, por ejemplo, mencionó que además de realizar envíos a domicilio con su camioneta, están trabajando en una alianza con una joven organización de repartos a domicilio que se propone realizar esta tarea con condiciones dignas para sus trabajadores y trabajadoras y el cuidado del medio ambiente.

Por lo observado, entendemos que actualmente existe un desarrollo de estrategias específicas de promoción al consumo en las comercializadoras estudiadas, pero consideramos que ellas no son suficientes o deberían ser profundizadas para lograr un mayor acceso al consumo.

### 3.2 Modificaciones y propuestas de nuevas estrategias

Habiendo caracterizado las estrategias existentes para la promoción del consumo, nos proponemos ahora indagar en las estrategias faltantes o aquellas que es necesario modificar o mejorar, haciendo especial hincapié en las propuestas de nuevas estrategias.

Algunos de los principales nudos problemáticos con los que se encuentra la comercialización y la accesibilidad al consumo, según Eva Verde (2022), son: el espacio físico, la logística, la autoorganización, el trabajo territorial, la comunicación (interna y externa), los costos para ampliar el acceso a sectores populares y la falta de legislación en mercados o círculos de consumo. Además, a partir de las entrevistas, observamos dificultades en la publicidad y el marketing, el financiamiento o la cantidad de recursos y la relación entre organizaciones y entre ellas con el Estado, que mencionamos en los *factores estructurales que dificultan el consumo*.

Las propuestas de modificaciones o creación de nuevas estrategias están íntimamente ligados a estos nudos problemáticos, a los factores estructurales referidos y a las estrategias existentes caracterizadas previamente.

## Alianzas entre comercializadoras y estrategias conjuntas

Se entiende que los encuentros, estrategias conjuntas y articulaciones entre comercializadoras deben fortalecerse, con el objetivo de lograr un mayor impacto en las ventas y el consumo. Los entrevistados explicaron:

*“A veces las organizaciones de la Economía Social, paradójicamente, a pesar de que parten de una lógica cooperativa, a veces caemos en lo contrario. O sea, cada uno es un quiosco que funciona bien así y listo. Bueno, ahí hay que romper, hay que armar vasos comunicantes entre uno y otro. [...] O sea, muchas veces, si entre nosotros intercambiáramos muchos más productos, hasta en acciones tipo trueque, vos podrías tener mayor variedad, apoyar unos con otros, bueno...” (R3)*

*“Yo creo que algo que -ojo, lo hacen y me parece que está buenísimo-, tiene que ver con esto de generar espacios comunes de la Economía Social, más allá de que obviamente uno quiere que a uno le compren, que le vaya bien, pero bueno. El concepto de red creo que es fundamental, [...] Entonces, profundizar eso.” (C1)*

Uno de los agentes estatales entrevistados mencionó el lanzamiento de un producto novedoso entre todas las comercializadoras en simultáneo como ejemplo de fortalecimiento de la articulación entre estos espacios, lo cual significó un impacto en la difusión de ese nuevo producto que dinamizó la producción.

## Articulación de distintos actores de la ESSyP mendocina

Además de la articulación entre comercializadoras, se mencionó la necesidad de profundizar los vínculos entre distintos sectores del campo de la ESSyP (productores, medios comunitarios, Estado, escuelas, asociaciones, sindicatos, cooperativas, mutuales, etc.).

Se destaca que existen prácticas y una noción de red con alianzas consolidadas y una fuerte base en los valores de la ESSyP (solidaridad, cooperación, apoyo mutuo, no competencia), que es pionera a nivel nacional. Sin embargo, resulta necesario seguir trabajando en estrategias conjuntas e integrales y una apertura desde todos los actores que componen el sector, más allá de la diversidad de intereses que convergen en el campo. Dos de los entrevistados referían:

*“Creo que el desafío [...] es lograr que ocurra un proyecto consentido que supere a la suma de proyectos, de proyectitos. Hay gente que hace cuestiones, muchas en la*

*Economía Social y Solidaria, muchas en la soberanía alimentaria, muchas en otros conceptos, de comercio justo y demás, pero hay a veces dificultades para poder construir un proyecto más colectivo. Y que reconozcamos diferencias, obviamente no tienen por qué ser iguales, pero que supere el formato estanco de unos con otros. A veces nos terminamos enamorando de nuestros proyectitos y creemos que estamos haciendo la revolución solos, y esto requiere de algo colectivo.” (R3)*

*“No hay forma de que el sector crezca, haya mejor consumo, haya soberanía alimentaria y haya comercio justo si todos los que formamos parte del sector no trabajamos en conjunto. Y no va a suceder nunca si todos tienen una mirada político partidaria de la situación”. (A2)*

### Encuentro con los consumidores

Como explicamos anteriormente en las estrategias existentes, la sostenibilidad social de muchas de estas organizaciones tiene que ver con el vínculo directo que establecen con sus consumidores y clientes y las posibilidades de encuentro con el productor. En este sentido, seguir generando instancias de encuentro y mejorarlas, fue una de las estrategias nombradas en la que es necesario seguir trabajando:

*“Creo que hay que ir mucho más hacia los consumidores, creo que hay que expandir y darles permanentemente vida a las redes, porque ahí hay una necesidad muy grande de la gente, hay un interés de comer mejor y de tener una vida más sana, pero también de encontrarse con otros, de poder compartir determinados temas que no tienen que ver con comprar y vender.” (R3)*

Se subraya aquí el interés de los consumidores al encuentro, a la reflexión y al conocimiento sobre los procesos que encarnan los productos que adquieren, que puede relacionarse con una creciente problematización del consumo y búsqueda de alternativas, que desarrollamos en apartados anteriores.

### Apertura a otros sectores con eje en lo local

En muchas de las entrevistas, una de las estrategias propuestas tuvo que ver con generar acuerdos y alianzas con otros sectores de la sociedad - que no necesariamente forman parte del circuito de la ESSyP mendocina- pero que persiguen objetivos similares en cuanto al cuidado del medio ambiente, el compromiso social, la promoción de los derechos humanos, la autogestión y la difusión del arte, la integración de sectores

vulnerables y la promoción del trabajo digno y de calidad. El eje articulador en este caso está anclado en lo territorial y local.

En lo relativo específicamente al consumo de productos de la ESSyP y a la ampliación de sectores que acceden a él, se destacan las propuestas de articulación con Empresas B, comercios barriales, redes de almaceneros, dietéticas o almacenes de productos naturales, empresas familiares o PyMES, ferias de alimentación saludables, mercados y supermercados provinciales. Tal como mencionamos, estas estrategias tienen un fuerte anclaje territorial, buscando facilitar, sobre todo respecto a la cercanía y las rutas habituales de compras, el acceso a productos regionales y de la ESSyP:

*“Me parece que hay que ir hacia sistemas locales. Construir justamente esquemas donde estén desde el municipio, las pymes, los comercios barriales. Digo, donde uno pueda ver en la cadena alimentaria qué podés hacer en lo local para dinamizar más y evitar concentración, evitar distorsiones y buscar una cercanía con el consumo y al mismo tiempo hacer pedagogía”. (A1)*

*“No todas las organizaciones que producen en la Economía Social están en condiciones o quieren llegar al consumo masivo de los supermercados. Pero, al mismo tiempo, hay que ir buscando otros espacios de comercialización [...], también hay que buscar ahí. Romper con solamente “nos movemos en el circuito de la Economía Social”. (A1)*

*“No mirar solamente la Economía Popular, sino la economía como una integración y mucho más amplio pensar en proyectos que puedan integrar Economía Social con Economía Circular, que es una lógica que está más instalada en las empresas. Por ejemplo, en Mendoza tenés el movimiento de empresas B que es un movimiento mundial y que me parece que es un actor con el que puede perfectamente articular y ayudar a darle sustentabilidad mucho a los proyectos de la Economía Social meterse en esos circuitos” (A1)*

Dentro de las estrategias de articulación con distintos actores de la ESSyP y con otros sectores de la provincia, **la generación de promociones, ofertas y combos** resulta fundamental, porque llama la atención de los consumidores e implica una mayor difusión del sector.

Algunas experiencias, como el armado de cajas navideñas con productos regionales de distintos productores (MeCoPo Lavalle) o los bolsones de verduras como producto estrella de varias comercializadoras (El Arca, Mercado Colectivo, La Posta, Almacén Campesino, etc) han resultado adecuadas y dinamizadoras del consumo.

Respecto a las promociones, uno de los entrevistados propuso: *“Hay que laburar más con el tema de los sindicatos, con las universidades, con sectores más que la cuestión individual. Digo, con promociones en esos grupos. Hay que hacer acuerdos ahí. [...] O, por ejemplo, hay un descuento para afiliados de tal gremio y un acuerdo con las comercializadoras.”* (A1)

Otra de las entrevistadas, en esta dirección, planteaba: *“[...] si bien los precios suelen ser dentro de todo accesibles -no es que son precios inaccesibles-, pero también, hay que encontrar la forma de que estén las ofertas. Porque la gente... ya el concepto de oferta es algo que llama la atención, por más de que sean 3 centavos menos. Entonces... ¿cómo se hace una ruta donde hay ofertas? ¿Cómo jugamos con los banquitos populares a la hora de...?”* (C1)

Como propuestas, se pueden pensar en articulaciones con la universidad, con sindicatos, con obras sociales, con entes que brindan tarjetas de descuentos, con almacenes barriales, etc.

## Difusión y publicidad

En las entrevistas aparece como una necesidad la profundización de la difusión y la publicidad. Las herramientas virtuales cobran en este marco un lugar central: tanto redes sociales para difusión y promoción, como ventas online a través de aplicaciones y el armado o actualización de catálogos virtuales, entendiendo que en la actualidad muchas de las ventas se realizan por estos medios y, en muchos casos, habilitan un mayor nivel de exposición y llegada a los consumidores.

Se propuso destacar a través de estos canales las características de los productos que se comercializan y su historia, apuntando a la concientización. Las estrategias de difusión y venta -presenciales o virtuales- deben resultar adecuadas, fáciles y cómodas para el usuario/consumidor, teniendo en cuenta la variedad de posibles consumidores:

*“En Instagram podrían poner algún avisito. En Facebook, que se yo. Yo creo que usan más Instagram ahora los chicos, ¿no? Yo por mis nietos lo veo. Bueno, hacer algo corto, y vistoso. Que se yo, ofrecer a lo mejor alguna comida hecha. Engancha más.”* (C2)

*“Y decir que no tiene agroquímicos, que no tiene... hay un montón de gente interesada. Y sino también los papelitos, a las viejas los papelitos. Que diga lo mismo, y se los tirás debajo de la puerta”.*

*“[...] Desde lo que hoy se está popularizando tanto, como diseño de usuario, UX, diseño del consumidor... Y en diseño de usuario, sale la comodidad. La comodidad de una persona con discapacidad. Y realmente es una comodidad por la que hay que luchar.”* (C1)

*“Creo que hay gente a la que le es muy cómodo comprar por internet y hay gente a la que le gusta ir. Entonces también hay cuestiones de hábitos, pero bueno, creo que hay que tener las dos opciones en la Economía Social.”* (C2)

En relación al manejo de los catálogos virtuales y la venta online, una entrevistada refería: *“Es algo básico, básico. Una estrategia de comercialización básica. Vos, para que un consumidor te compre, tenés que cumplirle.”* (A2)

Algunas de las propuestas mencionadas para la mayor difusión y conocimiento de la ESSyP fueron la georreferenciación de las comercializadoras existentes con el catálogo de cada una, sorteos a través de medios de comunicación y participación en programas de televisión o radio, una mayor articulación con el sector educativo en todos los niveles y la realización campañas provinciales de información promovidas por el Estado.

### Preparación y capacitación de los equipos técnicos

En la mayoría de las entrevistas se recalcó que uno de los factores a mejorar como estrategia para la promoción del consumo por parte de las organizaciones es una mayor preparación y capacitación de sus miembros (tanto quienes comercializan como productores), especialmente en áreas como: marketing, publicidad, redes sociales, administración, logística, estudios de mercado, certificación, manipulación de alimentos y buenas prácticas agrícolas (BPA).

Uno de los referentes explicaba que, teniendo en cuenta el contexto de crisis socio-económica en el que estamos inmersos, la preparación de los equipos técnicos es fundamental para desarrollar estrategias innovadoras y creativas capaces de sostener el funcionamiento diario de las comercializadoras de la ESSyP:

*“Hoy en día la situación en general está difícilísima, con una escalada inflacionaria. Y entonces, vos errás en un variable y quedás con las ruedas para arriba. Entonces, necesitás gente que tenga los valores de la Economía Social y que entienda cómo resolver para que la rueda gire y para que el sistema funcione y funcione bien. Me refiero concretamente a encargados de administración, producción, comercialización y logística. No de una gran empresa o de una multinacional, sino de una organización de*

*la Economía Social y que eso logre que la cosa funcione y funcione bien. Eso es todo un desafío". (R3)*

Se subrayó también la importancia de fomentar la formación de personas jóvenes en el rubro para la transmisión de valores de la ESSyP, el crecimiento y la diversificación del sector. En relación a ello, una estrategia propuesta fue fortalecer el vínculo con la Universidad Nacional de Cuyo y facilitar instancias de prácticas profesionales a estudiantes de distintas carreras. Asimismo, un referente planteó que, para lograr una mayor profesionalización del sector y la inclusión de jóvenes, deben asegurarse condiciones de trabajo dignas y bien pagadas.:

*"Ojalá muchos jóvenes [...] digan "Che, a mí me gustaría desarrollar esto, y poner" y que no sientan que voy a ir un lugar donde no les van a pagar bien, o lo voy a hacer de onda, o de vocación social. O sea, si tenés vocación social, está buenísimo, porque siempre hay que poner una parte de eso. Eso es inevitable. Pero no es solo eso. Después hay que resolver técnicamente cómo se lleva esto adelante y demás." (R3)*

Comulgamos con esta posición dado el contexto socioeconómico, en que la inserción laboral actual de los jóvenes en Mendoza y en Argentina está atravesada por la precarización, los bajos sueldos y la informalidad. Aun cuando asegurar buenas condiciones de trabajo dentro de las comercializadoras y organizaciones es ya un desafío y una tarea muy compleja por factores estructurales, entendemos que, en la medida en que se busca promover el trabajo digno como valor dentro de la ESSyP, las lógicas de contratación y relaciones laborales deben intentar dirigirse en este sentido.

### Ventas al Estado y a instituciones

Si bien se han realizado algunas experiencias de ventas al Estado, instituciones, organizaciones y empresas, esta estrategia debe ser profundizada, ya que permite movilizar la producción a escala y un mayor financiamiento, que puede luego invertirse en distintas fases de la cadena de valor.

En específico, las ventas al Estado, implican ciertos requisitos administrativos que deben ser llevados a cabo por las organizaciones. Si bien hay ciertos procedimientos metodológicos que pueden ser excluyentes por la lógica, tiempos y formas de pago en que se realizan, los funcionarios estatales argumentaron que desde las áreas de Economía Social se brinda acompañamiento para cumplimentar estos requisitos.

Se destacó la importancia de inscribirse como proveedores del Estado (que habilita compras directas, sin licitación) e incorporarse al sistema *COMPR.AR*, un software de compras públicas del Estado nacional que a su vez se encuentra diferenciado para cada provincia. A través de este sistema, el Estado publica licitaciones, especificando el producto que necesita adquirir. Eso se notifica a las organizaciones y empresas inscriptas en el sistema y aquellas interesadas elaboran un presupuesto y lo envían, que luego se elige de acuerdo a criterios variados a través de un esquema de puntajes. Uno de los criterios de evaluación que brinda un puntaje específico es el de formar parte de la Economía Social, Solidaria y Popular, lo cual beneficia a este sector en las compras públicas. Volveremos sobre esto en el capítulo 4, al trabajar la participación del Estado en el campo de la ESSyP mendocina.

Habiendo sintetizado las propuestas para la modificación y creación de nuevas estrategias de promoción al consumo de las comercializadoras, creemos necesario destacar algunos puntos fundamentales:

- En el contexto actual, la problemática del consumo requiere de herramientas específicas, innovadoras y creativas, con el objetivo de fortalecer la ESSyP desde una perspectiva de soberanía alimentaria y de alimentación como un derecho.

- Las comercializadoras deben reforzar el uso de mecanismos de venta online, catálogos virtuales y redes sociales para difusión. A su vez, es recomendable que incorporen herramientas de marketing y diseño del usuario para conocer su clientela y diseñar instrumentos específicos en esta dirección.

- La apertura y articulación con otros sectores, tales como universidades, almacenes, empresas, medios de comunicación, comercios barriales, escuelas y PyMES, entre otros, es central para para la llegada a públicos más masivos y un mayor acceso al consumo de los productos de la ESSyP. El desarrollo local como eje permite pensar en diversas propuestas de dinamización del consumo y la producción.

- Asimismo, consideramos que la organización de ferias, festejos, degustaciones y eventos que impliquen un encuentro entre productores, comercializadoras y consumidores es una de las principales estrategias para dar a conocer los valores y productos de la ESSyP y abrirse a nuevos públicos.

Por último, recuperamos las palabras de Matías Piatti, docente de la Universidad Nacional de Rosario, quien explica, sobre la Economía Social y Solidaria:

“La adversidad de un mercado violento, intentando ganarse espacios para la producción, la inserción laboral y la comercialización, se caracteriza más por la innovación y el cambio que por la petrificación de los modelos de organización y gestión. Distintos formatos y estrategias desarrollaron los trabajadores desde los orígenes mismos del capitalismo para contestar a la explotación laboral y el abuso de patrones y empresarios.” (2021, p.8)

En este sentido, reivindicamos lo colectivo, la organización y la creatividad como valores fundamentales en este campo. En palabras de uno de los referentes entrevistados: *“Siempre hemos estado atentos, con aciertos y errores, a creer que la cosa es con otros.”*

Por último, consideramos que, tanto las estrategias desarrolladas por distintas comercializadoras del sector como el acompañamiento y financiamiento del Estado son centrales para el acceso al consumo de alimentos nutritivos, de calidad y producidos en condiciones dignas. Por ello, abordaremos en el siguiente capítulo las formas de intervención estatales presentes en este ámbito.

## Capítulo 4: Intervención del Estado en el circuito de la ESSyP de Mendoza

Como se ha mencionado a lo largo de los capítulos, el rol que el Estado cumple en el circuito de la ESSyP es muy significativo y define, en gran parte, el desarrollo, estancamiento o retroceso de este campo. Esto se debe a que los recursos estatales son, en Argentina y en Mendoza, fundamentales en cuanto a capacidad de movilizar procesos y cambios de medio y largo plazo. A lo largo de este capítulo, nos proponemos indagar en las formas de intervención estatales dentro del circuito de la ESSyP, lo que incluye tanto políticas nacionales con incidencia en Mendoza como aquellas específicamente provinciales.

Desde un punto de vista teórico, entendemos al Estado como metacampo (Bourdieu y Wacquant, 1995), a saber, como un conjunto de campos en donde se llevan a cabo luchas y competencias para conseguir el monopolio de la violencia simbólica legítima: “[...] es decir, el poder de constituir e imponer como universal y universalmente aplicable en el marco de una nación, [...] dentro de los límites fronterizos de un país, un conjunto común de normas coercitivas” (Bourdieu y Wacquant, 1995, p. 74). Esto quiere decir, además, que es un conjunto de relaciones objetivas de posiciones de poder, formado por muchos campos o subuniversos, con sus lógicas internas, oposiciones y dinámicas específicas (de alianza, clientela, conflicto, lucha, etc).

En este sentido, resulta pertinente rescatar la perspectiva gramsciana del Estado respecto al entendimiento de la complejidad analítica para tratar las relaciones entre Estado y sociedad en cada fase histórica (conceptualizadas en las “correlaciones de

fuerzas”), distanciándose así de relaciones sociales genéricas y análisis abstractos (Portantiero, 1982).

Consideramos que estos conceptos permiten pensar la complejidad del Estado en Argentina y en Mendoza, dando lugar a una perspectiva integral respecto al funcionamiento del aparato estatal.

Oscar Oslack y Guillermo O’Donnell (2011), afirman que estudiar las políticas estatales es una vía privilegiada para estudiar los Estados latinoamericanos. Los autores plantean, además, que las políticas estatales muestran con claridad que, en algunos terrenos, es difícil definir de manera acabada la frontera entre el Estado y sociedad, o entre lo “público” y lo “privado”. Más bien conviene pensar en zonas grisáceas de mutua interpenetración o relaciones bidireccionales, con diferentes grados de autonomía, influencia, cooptación y poder entre sectores sociales.

Oslack y O’Donnell (2011) expresan: “[...] las políticas estatales permiten una visión del Estado “en acción”, desagregado y descongelado como estructura global y “puesto” en un proceso social en el que se entrecruza complejamente con otras fuerzas sociales” (p. 559).

Para estudiar las políticas estatales, los autores consideran fundamental dilucidar cómo se da el surgimiento, desarrollo y resolución de una “cuestión”. Una “cuestión” es un asunto (una necesidad, una demanda), “socialmente problematizada” (Oslack y O’Donnell, 2011). Esto quiere decir, se reconoce que los integrantes de nuestras sociedades tienen múltiples demandas y necesidades, pero solo algunas de ellas llegan a tener el estatuto de cuestión, es decir, a ser consideradas como importantes, plausibles de ser resueltas y problematizadas a nivel colectivo. Esto ocurre debido a que ciertas clases, fracciones de clases, organizaciones, grupos o incluso individuos con un lugar privilegiado promueven el tratamiento de una necesidad o demanda en la agenda pública. En el caso de la Economía Social, Solidaria y Popular, detallamos su surgimiento como cuestión en Argentina y en Mendoza en el capítulo 1, donde el Estado aparece luego institucionalizando el campo a través de leyes, programas y organismos específicos.

Ahora bien, una política estatal entonces es una toma de posición frente a determinada cuestión, indistintamente de que haya sido el Estado u otro actor quien la promovió para ser problematizada. Oslack y O’Donnell van a definir una política estatal como:

[...] un conjunto de acciones y omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado en relación con una cuestión que concita la atención, interés o movilización de otros actores en la sociedad civil. De dicha intervención puede inferirse una cierta direccionalidad, una determinada orientación normativa, que previsiblemente afectará el futuro curso del proceso social hasta entonces desarrollado en torno a la cuestión. (p. 565)

Los autores agregan que esta definición implica que las políticas estatales no son actos reflejos ni respuestas aisladas frente a la cuestión, sino que son respuestas, iniciativas y propuestas del Estado en un momento y en un contexto histórico determinado que permiten dilucidar la posición *predominante* del Estado frente a determinada cuestión. La postura asumida estatalmente va a ser fundamental, tanto por las posibilidades objetivas de incidir materialmente y simbólicamente en la cuestión, como por la incidencia que tiene frente a otros sectores sociales debido al lugar de influencia que ellos otorgan al Estado.

Los autores llaman la atención respecto al término “posición *predominante* del Estado” porque entienden que, hacia el interior del mismo, existen diferentes unidades con variables grados de autonomía que pueden presentar posiciones más o menos ambiguas y/o contradictorias respecto a una cuestión o a las formas de resolverla. Esto grafica el carácter negociado y conflictivo que suscita una cuestión hacia el interior del Estado y entre el Estado y otros sectores sociales.

En el caso de la ESSyP, una de las funcionarias estatales explicaba, en relación a las compras públicas que se hacen al sector, un ejemplo de las distintas posiciones presentes hacia el interior del Estado: *“Nos costó un montón que en el nivel administrativo del Estado nos aceptaran esa situación. Porque vos tenés un monto para hacer compras directas y un monto para licitaciones, [...] entonces eso (compras directas) sí lo hemos ido haciendo y hemos insistido en otras instituciones, en otras direcciones que han ido comprando. No sé, la Legislatura nos ha dado mucha bola y ha comprado mucho a la Economía Social, entonces nos llaman y nos dicen “miren, necesitamos tal cosa”, y lo vamos haciendo, pero es mucho de la voluntad de quien compra.”* (A2)

Habiendo comprendido que el Estado está compuesto por diferentes unidades con grados de autonomía y posiciones variables, y que hay una posición predominante o

hegemónica del Estado frente a determinada cuestión, consideramos necesario recalcar que dicha posición predominante es la de las clases dominantes. Es decir, recuperamos la concepción marxista-leninista sobre el Estado, que lo concibe como instrumento de dominación de clases, de las clases económicamente más poderosas sobre las clases oprimidas (Lenin, 1974). En esta línea, uno de los referentes entrevistados refería:

*“[...] los recursos que tiene el Estado, la riqueza que tiene el Estado, es una riqueza que nosotres entendemos que es producto de la clase trabajadora de la cual somos parte. Entonces, nos corresponde. Esa distribución nos corresponde disputarla, porque si no, lo que termina sucediendo es que queda a criterio de los poderosos. ¿Quién se queda con la riqueza que producimos? [...] Pongo un dólar o un tipo de cambio específico para los productores de granos, pero recorto el Salario Social Complementario a 80.000 trabajadores. Ahí es un ejemplo claro de cómo se distribuye. O decido dar de baja programas sociales argumentando que voy a comprar herramientas para las cooperativas de trabajo, pero eso no pasa.” (R2)*

Aquí cabe preguntarnos por la prioridad en la agenda estatal de la ESSyP, es decir, con el lugar y la importancia que se le da al sector de la Economía Social, Solidaria y Popular frente a otros sectores y problemáticas. En primer lugar, observamos que la Economía Social, Solidaria y Popular está problematizada socialmente, lo que ha llevado a ubicarla como “cuestión” con el objetivo de ser tratada. El Estado tiene una posición determinada respecto a esta cuestión que se manifiesta en políticas públicas, programas y proyectos que buscan incidir en el desarrollo y la promoción de la misma. Una consumidora retrataba:

*“A nivel local, más allá de las críticas que se les puedan hacer, hay una cuestión bastante instalada de articulación tanto a nivel gobierno provincial como gobiernos municipales como Universidad Nacional de Cuyo. Ya casi no hay organismos de la provincia o gobiernos municipales o gobierno universitario, que no tenga un sector de Economía Social. Que, insisto, puede tener sus limitantes, pero ya que sea una temática instalada... no es que “Ah mirá, ¿en serio tienen?” No. Es algo ya naturalizado. Me parece que eso da cuenta de cómo ha avanzado esto. Creo que es un gran paso, que no alcanza, pero sí me parece eso.” (C1)*

En segundo lugar, tomando como disparador las palabras de la entrevistada, consideramos que, a pesar de ser una cuestión en la agenda actual, la ESSyP ocupa un lugar marginal dentro de las políticas estatales, y, sobre todo, de las políticas macroeconómicas.

Si analizamos al Estado como metacampo como planteamos al comienzo del capítulo, notamos que hay ministerios con distintos volúmenes de capital y poder. El Ministerio de Desarrollo Social de Nación, del que dependen las políticas nacionales dirigidas a la ESSyP, es un ministerio cuya capacidad de incidencia es menor respecto al Ministerio de Economía o al Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, por ejemplo.

El hecho de que las políticas para la promoción de la ESSyP estén contempladas dentro del Ministerio de Desarrollo Social implica que esta cuestión es concebida en el marco de una política asistencial y de desarrollo humano del país, y no como campo que puede incidir en la producción, el funcionamiento o crecimiento de la economía nacional. De esta manera, la Economía Social, Solidaria y Popular queda relegada. La posición predominante del Estado no la sitúa como un campo que puede intervenir estructuralmente en el modelo productivo de nuestro país, sino que apoya a los sectores dominantes de la producción (específicamente en la industria alimentaria) sin alterar la distribución de la riqueza. Un referente lo expresaba con claridad, al referirse a las compras públicas:

*“En general, el manejo de recursos dentro del Estado tiene como dos... Pareciera que el Estado es uno a la hora de subsidiar, centrándose en el Ministerio de Desarrollo Social, donde habla de planes o de un subsidio para un emprendimiento. Y otro, que pareciera que ni se conocen entre sí, es el que compra. Como si fueran dos alcancías distintas. [...] En este yo puedo ir y recibir un subsidio, pero en este, cuando quiero comprar, está preparado para comprar a otro que es totalmente distinto al que se supone que están tratando de apalancar. Entonces es medio histérico, medio loco eso, porque es que sí pero que no. Y ahí hay un tema, porque el Estado, creo que por intereses o decisiones políticas muy claras, no ejecuta, no ejercita su poder de compra como una herramienta de desarrollo y de generación de trabajo.” (R3)*

Uno de los agentes estatales, mencionaba también: *“[...] que la Economía Social no sea abordada solamente desde los ministerios de desarrollo humano o de desarrollo social, sino que tiene que haber otra lógica. Las cooperativas son empresas, son empresas sociales. Porque si no, hay una mirada como sesgada ahí. La Economía Social no es sinónimo de lo chiquito, de la pequeña escala. Puede haber experiencias de mayor escala ahí.” (A1)*

A través de este ejemplo, se grafica que las políticas estatales son tanto aquellas acciones como aquellas omisiones del Estado frente a una determinada cuestión. En ambos casos el Estado se encuentra presente, pero toma la decisión de intervenir como

de no intervenir. Es importante tomar esto en consideración para problematizar el rol del Estado socialmente y evitar una perspectiva simplificada sobre las políticas estatales. Por ejemplo, que el Estado no cobre un impuesto a las grandes fortunas, no significa que el Estado no esté presente, sino, por el contrario, que está presente en la omisión, decidiendo no alterar la distribución de la riqueza, favoreciendo de esta forma a los sectores sociales más dinámicos y poderosos.

Esto puede analizarse a la luz de la perspectiva marxista-leninista del Estado mencionada, que indica que el Estado opera como instrumento de las clases dominantes. Es decir, aunque existan fracciones y espacios estatales que trabajan para la difusión y promoción de la ESSyP, la hegemonía estatal promueve un sistema económico y social capitalista, que no ubica a la perspectiva de la ESSyP, sus valores y actores como centrales.

En el desarrollo del capítulo entonces nos abocaremos a caracterizar el rol del Estado dentro de la ESSyP a partir de las entrevistas realizadas y a indagar en las intervenciones del mismo en el campo de la ESSyP provincial.

En el circuito de la ESSyP de Mendoza, encontramos tanto políticas nacionales como provinciales que promueven su desarrollo, materializadas en leyes, decretos, planes y programas. En la presente investigación, nos abocaremos al análisis de aquellas vinculadas principalmente al consumo y a la comercialización, dada la imposibilidad de estudiar todas las políticas estatales en materia de ESSyP, que exceden los límites de este estudio.

A su vez, buscaremos indagar en aquellas políticas demandadas por las organizaciones y referentes de este campo en materia de consumo, ya sea como reclamos, proyectos o iniciativas que aún no se encuentran presentes en el aparato estatal. Es importante aclarar que a nivel municipal también existen programas y áreas de Economía Social, que no fueron analizados en la presente investigación por limitaciones de tiempo y accesibilidad. Un estudio más detallado en esta materia resultaría enriquecedor en investigaciones futuras.

En las tablas número 8 y 9, encontramos nombradas y caracterizadas las principales políticas nacionales en relación a la comercialización y el consumo en la Economía Social, Solidaria y Popular, materializadas en leyes y programas, en base a los registros y páginas web oficiales. Es necesario mencionar, empero, que existen otras leyes, resoluciones y decretos que contemplan diferentes aspectos de actores que conforman

la ESSyP, que no han sido incluidos en el presente estudio. Los programas aludidos están en su mayoría a cargo de la Secretaría de Economía Social del Ministerio de Desarrollo Social de Nación. En las provincias, estas políticas se ejecutan a través de Centros de Referencia de dicho Ministerio, por lo que, en Mendoza, forman parte del Centro de Referencia Mendoza.

**Tabla 8**

*Intervenciones estatales nacionales en Economía Social, Solidaria y Popular (legislación)*

<b>INTERVENCIONES ESTATALES NACIONALES</b>		
<b>Legislación</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Aspectos centrales para la ESSyP</b>
<b>Ley 20.337 de Cooperativas</b> (1973)	<p>Actualizar el régimen legal de las cooperativas, dado que:</p> <p>-Reforma 1889: incluye a las cooperativas en el Código de Comercio.</p> <p>-Año 1926: ley nacional 11.388 perfecciona el encuadre normativo anterior e instituye un marco legal específico.</p>	<p>Establece y reglamenta la naturaleza, condición jurídica, estatuto, características y funcionamiento de las cooperativas.</p>
<b>Ley 20.321 de Asociaciones Mutuales</b> (1973) y su última modificación: Ley 25.374 (2000)	<p>Reglamentar las asociaciones mutuales.</p> <p>Esta ley, desde su promulgación en 1973 tuvo variadas modificaciones. La última modificación importante fue en el año 2000.</p>	<p>Define y reglamenta la naturaleza, condición jurídica, características, obligaciones, estatuto, miembros y funcionamiento de las mutuales.</p>

<p><b>Ley 24.977</b> (1998) de regímenes impositivos para pequeños contribuyentes y sus modificatorias:</p> <p><b>Ley 25.865</b> (2004) <b>Ley 26.223</b> (2007)</p>	<p>Reglamentar en lo atinente a impuestos y establecer regímenes impositivos específicos para pequeños contribuyentes. Se estructura por primera vez la ejecución del Monotributo Social. En la última ley (26.223) se establece al Monotributo Social como categoría tributaria permanente hasta tanto dure la situación de vulnerabilidad social de la persona que lo recibe.</p>	<p>Establece las condiciones tributarias y exenciones para los contribuyentes inscriptos en el Régimen Simplificado que a su vez estén inscriptos en el Registro Nacional de Efectores de Desarrollo Local y Economía Social del Ministerio de Desarrollo Social y estén en una situación de vulnerabilidad social y económica.</p> <p>En el Monotributo Social está subsidiado el 100% del componente impositivo y previsional y el 50% de la obra social.</p>
<p><b>Ley 26.117 de Promoción del Microcrédito</b> (2006)</p>	<p>Promoción y regulación del microcrédito, a través de un sistema de finanzas solidarias, con el fin de estimular el desarrollo integral de las personas, el fortalecimiento de las organizaciones sociales, la generación de trabajo y la producción popular.</p>	<p>-Establece las características, condiciones y destinatarios de los microcréditos.</p> <p>-Los microcréditos son préstamos destinados a financiar la actividad de emprendimientos individuales o asociativos de la Economía Social.</p> <p>-Sus destinatarios son emprendimientos individuales o grupos asociativos de bajos recursos que realicen actividades de producción de manufacturas, reinserción laboral de discapacitados, o comercialización de bienes o servicios, urbanos o rurales.</p> <p>-Crea el Programa de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social, el Fondo Nacional de Promoción al Microcrédito y la Comisión Nacional de Coordinación del Programa de Promoción del Microcrédito para el desarrollo de la Economía Social (CONAMI) como organismo desconcentrado en el ámbito del Ministerio de Desarrollo Social de Nación.</p>
<p><b>Ley 26.355 de Marcas Colectivas</b> (2008)</p>	<p>Establecer un régimen específico para marcas colectivas.</p> <p>La marca colectiva es un signo para identificar productos y servicios prestados por agrupamientos de la Economía Social, de manera que sea más fácil comercializarlos en la economía formal.</p>	<p>Reglamenta como autoridad de aplicación al Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) y establece al Ministerio de Desarrollo Social de Nación como encargado de brindar asistencia gratuita y especializada a los efectores de la Economía Social en los trámites de registro de marcas colectivas y elaboración de uso.</p>

<p><b>Ley 27.345 (2016) de Emergencia Pública</b> (prórroga de la ley 27.200 de Emergencia Social).</p>	<p>Promover y defender los derechos de los/as trabajadores/as que se desempeñan en la Economía Popular, en todo el territorio nacional para garantizarles alimentación adecuada, vivienda digna, educación, vestuario, cobertura médica, transporte y esparcimiento, vacaciones y protección previsional.</p>	<p>-Se establece una prórroga de la emergencia social establecida en la ley 27.200.</p> <p>-En una de sus reglamentaciones, se define a las actividades de la Economía Popular como: "Toda actividad creadora y productiva asociada a mejorar los medios de vida de actores de alta vulnerabilidad social, con el objeto de generar y/o comercializar bienes y servicios que sustenten su propio desarrollo o el familiar" (Anexo 1, decreto 159/2017). Las unidades productivas o comerciales de la EP se caracterizan por presentar baja escala, baja capitalización y baja productividad, siendo la fuerza de trabajo su principal activo.</p> <p>-Se decreta la creación del Consejo de la Economía Popular y el Salario Social Complementario (CEPSSC) y del Registro Nacional de Economía Popular (RENATEP).</p> <p>-Fija la progresiva transformación de los programas sociales nacionales en un Salario Social Complementario.</p>
<p><b>Ley 27.545 de Fomento de la Competencia en la Cadena de Valor Alimenticia ("Ley de Góndolas").</b></p>	<p>Contribuir a que el precio de los productos alimenticios, bebidas, higiene y limpieza del hogar sea transparente y competitivo en beneficio de los consumidores.</p> <p>Frenar conductas monopólicas, favorecer la competencia y la participación de PyMEs.</p> <p>Ampliar la oferta de productos artesanales y/o regionales producidos por las micro, pequeñas y medianas empresas.</p>	<p>Establece disposiciones generales sobre el uso de góndolas (físicas y virtuales) en establecimientos de supermercados, mayoristas, centros de compras, autoservicios de productos alimenticios y no alimenticios y cadenas de negocios minoristas, entre otros, además de reglar las penalidades por incumplimiento de estas disposiciones.</p> <p>La ley decreta que:</p> <p>-Los productos de un proveedor o grupo empresario no pueden ocupar más del 30% de la góndola que comparte con productos de similares características. En la góndola de un producto, por ejemplo, de fideos o galletitas, debe haber productos de 5 proveedores diferentes, como mínimo.</p> <p>-El 25% de los productos deben ser de las PyMEs, cooperativas o mutuales y el 5% de los productos deben ser de empresas de Agricultura familiar, campesina o indígena o de la Economía Popular.</p>

		<p>-Los productos de menor precio deben estar en el sector medio de la góndola y en la primera página del sitio web donde se muestren los productos.</p> <p>-En la isla de exhibición y en los exhibidores que están pegados a la caja donde se cobra, el 50% del espacio debe estar ocupado por productos de micro y pequeñas empresas nacionales, de cooperativas y de mutuales.</p> <p>-Los productos nacionales producidos por micro y pequeñas empresas, sujetos de la Agricultura familiar, campesina e indígena, de la Economía Popular o de cooperativas y/o asociaciones mutuales, deben estar destacados en las góndolas y locaciones virtuales con un isologotipo que exprese la leyenda 'Compre Mipyme' e indique el número de la presente ley.</p>
<p><b>Ley 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable (“Ley de Etiquetado Frontal”).</b></p>	<p>Limitar el consumo de alimentos con exceso de nutrientes críticos (sodio, azúcar, grasas, edulcorantes, cafeína).</p> <p>Incidir en una alimentación más consciente y saludable.</p> <p>Promover la educación alimentaria.</p>	<p>-Establece el etiquetado frontal con sellos de advertencia (octógonos negros) para alimentos con exceso de nutrientes críticos y advertencia de alimentos con exceso de edulcorantes y cafeína, no recomendado en niños/as.</p> <p>-Prohíbe la oferta de estos productos en los entornos escolares.</p> <p>-Prohíbe la publicidad y patrocinio de estos productos que se realiza a través de información nutricional complementaria, logos o frases con avales de sociedades científicas, personajes infantiles dirigidos a niños, niñas y adolescentes, celebridades, influencers, actrices y actores o participación/promesa de participación en concursos, juegos y eventos a partir de la compra de un determinado producto.</p> <p>-Instaura contenidos de educación alimentaria en el nivel inicial, primario y secundario en base a las Guías Alimentarias para la Población Argentina (GAPA).</p>

*Nota.* Elaboración propia en base a datos provenientes del Ministerio de Desarrollo Social de Nación (2023) e Infojus (2023).

**Tabla 9**

*Intervenciones estatales nacionales en Economía Social, Solidaria y Popular (programas)*

<b>INTERVENCIONES ESTATALES NACIONALES</b>		
<b>Programa / Política</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Características / líneas de intervención</b>
<b>Programa Nacional de Inclusión Socioproductiva y Desarrollo Local "Potenciar Trabajo"</b>	Contribuir a mejorar el empleo y generar nuevas propuestas productivas a través de la finalización de estudios, formación laboral y capacitación en oficios para personas en situación de vulnerabilidad social y económica.	<p>-Unifica los programas "Hacemos Futuro" y "Proyectos Productivos Sociocomunitarios" (de acuerdo a la ley 27.345).</p> <p>-Se implementa a través de dos líneas:</p> <p>Prestación económica individual, de percepción periódica y duración determinada, denominada Salario Social Complementario.                      Contraprestación: participación en proyectos socio-productivos, socio-laborales y/o socio-comunitarios o a través de la terminalidad educativa.</p> <p>Subsidios y/o créditos ministeriales a las unidades de gestión y/o unidades de gestión asociadas, para la ejecución de planes de actividades para la promoción y desarrollo de proyectos socio-productivos, socio-laborales y socio-comunitarios que se ejecuten en el marco del programa.</p>
<b>Monotributo social</b>	Promover la inserción de emprendedores/as y grupos en situación de vulnerabilidad.	<p>-Régimen tributario especial que permite registrar una actividad económica, facturar, acceder a obra social e ingresar al sistema jubilatorio, de acuerdo a la ley 26.223.</p> <p>-Incluye actividades económicas productivas, comerciales o de servicios, proyectos productivos o de servicios de 2 a 20 integrantes y cooperativas de trabajo con un mínimo de 6 asociados o asociadas.</p>
<b>ReNaTEP</b> (Registro Nacional de	Reconocer, formalizar y garantizar los derechos de los	-Registro de los sujetos que integran la Economía Popular.

Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular), creado a partir de la ley 27.345.	trabajadores y trabajadoras de la Economía Popular y facilitar el acceso a distintas herramientas.	-Acceso a programas de trabajo, seguridad social, capacitación, créditos, inclusión financiera y participación en redes de comercialización.
<b> Mercados de Cercanía</b>	Fomentar las diferentes estrategias de comercialización de la ESSyP impulsadas por entidades gubernamentales y organizaciones sociales.	-Creación de una red de mercados de cercanía. -Desarrollo de proyectos. -Espacios de formación, divulgación o articulación y apoyo económico para equipamiento, logística, capacitación, comunicación y difusión. -Tipos de mercados: venta directa, intermediación solidaria y consumo asociado.
<b> Comisión Nacional de Microcréditos</b> (creada a partir de la ley 26.117 de Promoción del Microcrédito)	Generar un sistema de finanzas solidarias que articule la diversidad de recursos de cada comunidad para generar trabajo e impulsar la producción popular.	-Financiamiento a instituciones de microcrédito -Microcréditos para compra de insumos, materiales y herramientas en emprendimientos productivos, de servicios o comerciales. -Capacitación -Asistencia técnica
<b> Plan Nacional de Desarrollo Local y Economía Social “Manos a la obra”</b>	-Desarrollar herramientas de promoción y de generación de trabajo a través de la puesta en marcha y/o fortalecimiento de emprendimientos socioproductivos, precooperativos, mutualistas y cooperativos.	Subsidios no reintegrables para la adquisición de maquinarias, herramientas, equipamiento e insumos para proyectos productivos o de servicios llevados adelante en forma asociativa.
<b> 100% nuestro</b>	Fortalecer las herramientas de comercialización de productores/as de la Economía Social y Popular.  Exhibir diversas alternativas de consumo, favoreciendo la consolidación de nuevos hábitos de comercio justo.	Catálogo online para exhibir productos de cooperativas, empresas recuperadas, trabajadores y trabajadoras registradas en el ReNaTEP, productores y productoras independientes.

*Nota.* Elaboración propia en base a datos provenientes del Ministerio de Desarrollo Social de Nación (2023).

En el cuadro, pueden observarse vínculos directos entre algunas leyes y sus correspondientes programas, como la Comisión Nacional de Microcréditos, encargada de la aplicación de la ley 26.117. Por otra parte, observamos que hay programas que no se enmarcan en una ley específica, sino que forman parte de las estrategias de intervención generales del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación para la inclusión social.

Como mencionamos anteriormente, en el presente estudio hemos seleccionado solo algunos de los programas centrales relacionados con la promoción del consumo de

alimentos de la ESSyP. El criterio de selección se relaciona con su vigencia y el financiamiento que brindan actualmente, además de considerarse específicamente centrados en la comercialización y el consumo de alimentos regionales y de la ESSyP.

Sin embargo, hay políticas nacionales, tales como el Programa PROHUERTA y la Prestación Alimentar que trabajan en el fortalecimiento de la producción y el acceso de alimentos con eje en la seguridad y soberanía alimentaria, que escapan a los objetivos de nuestra investigación. Asimismo, ciertos programas estatales como el Plan Federal de Ferias o el Programa Sembrar soberanía alimentaria, no han sido incluidos debido a que no presentan condiciones de acceso o fondos suficientes en la actualidad.

A partir de una revisión de la legislación nacional, se percibe un notable crecimiento de las normas que regulan ciertos aspectos de la Economía Social, Solidaria y Popular, de acuerdo al proceso de institucionalización de la ESSyP en nuestro país, iniciado por el movimiento cooperativista y mutualista durante el siglo XX (asociado a la inmigración) y luego intensificado a partir de la crisis económica del 2001-2002, que requirió de nuevos instrumentos legales y regulaciones para un sector en crecimiento.

Sin embargo, tal como explica Torres (2020), no existe en Argentina una ley nacional específica que abarque la totalidad del campo social, solidario y popular. A pesar de ello, sí se observa un desarrollo sólido de legislaciones provinciales, que, ante la ausencia de un marco regulatorio nacional, se abocó a construir normas propias para el ámbito de la ESSyP.

Nuestra provincia, tal como fue explicado anteriormente, es pionera en la legislación de la ESSyP. En la tabla 10, se observa una reseña de la Ley de Economía Social y Solidaria 8.435 y su proyecto de modificación, que busca incluir en la norma al campo de la Economía Popular. Acorde a la ley 8.435, se crea la Dirección provincial de Economía Social y Asociatividad, encargada de la promoción y fortalecimiento de políticas provinciales para el sector, las cuales se encuentran detalladas asimismo en el cuadro mencionado.

## **Tabla 10**

*Intervenciones estatales provinciales en Economía Social, Solidaria y Popular*

<b>INTERVENCIONES ESTATALES PROVINCIALES</b>		
<b>Leyes</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Características y reglamentación</b>
Ley de Economía Social y Solidaria 8.435 (vigente). Año 2012	<p>Institucionalizar y promover la Economía Social y Solidaria de la provincia de Mendoza.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ley fundamentalmente axiológica (centrada en los valores de la ESS y los sujetos que la componen).</li> <li>-Incluye como objetivo el 10% de compras públicas a la ESS.</li> <li>-Establece la creación de la Dirección de Economía Social y Asociatividad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ley fundamentalmente axiológica (centrada en los valores de la ESS y los sujetos que la componen).</li> <li>-Incluye como objetivo el 10% de compras públicas a la ESS.</li> <li>-Establece la creación de la Dirección de Economía Social y Asociatividad.</li> <li>-Crea el Programa de promoción de la Economía Social y Solidaria de la provincia de Mendoza, con énfasis en el registro, los planes de capacitación y asesoramiento y la planificación estratégica participativa.</li> </ul>
Proyecto de modificación de la Ley 8.435 de Economía Social, Solidaria y Popular	<p>Modificar la ley de Economía Social y Solidaria vigente con el fin de incluir al campo de la Economía Popular y promover el fortalecimiento del campo de la ESSyP con un mayor financiamiento y obligaciones estatales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Busca operacionalizar lo declarado en la anterior ley (fondos, creación de Institutos, normativas, comercialización). Implica una modificación de la Ley Provincial de Administración Financiera.</li> <li>-Amplía hacia otros sectores (Economía Popular).</li> <li>-Incluye como piso de 10% compras públicas a la ESSyP.</li> <li>-Introduce la perspectiva de género y la formación en valores de la ESSyP en el sistema educativo.</li> </ul>
<b>Programas / Ejes</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Características / líneas de intervención</b>
RUESyS (Registro de Unidades de la Economía Social y Solidaria)	Promover el registro de las unidades productivas que forman parte de la ESyS, para generar políticas específicas para el sector y fomentar las compras públicas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Creado a partir de la Ley 8.435.</li> <li>-Fuente de datos estadísticos útiles para cuantificar condiciones, características, formas de organización, productos y servicios y las intervenciones sociales de cada uno de los productores de la ESSyP.</li> </ul>
Capacitaciones	Promover la incorporación de herramientas y conocimientos, la concientización y la sustentabilidad en el tiempo de las unidades productivas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Comisión de valoración y capacitación de productos</li> <li>-Plan integral de capacitaciones para emprendedores.</li> <li>-Talleres y/o capacitaciones especiales.</li> <li>-Vinculación con instituciones educativas.</li> </ul>

Generación y sostenibilidad del empleo	<p><b>Comercialización</b></p> <p>Busca fortalecer la comercialización entendiéndola como eje central de la generación de trabajo e ingreso económico directo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Catálogo Online de la Economía Social</li> <li>-Feria de la Economía Social y Ruta de Artesanos y Emprendedores Mendocinos</li> <li>-Compras Públicas y vinculaciones con instituciones y empresas</li> <li>-Mercado Artesanal Mendocino (MAM)</li> <li>-Consumo Responsable y Campaña de 10 en Economía Social</li> </ul>
	<p><b>Financiamiento</b></p> <p>Busca el desarrollo y fortalecimiento de las unidades productivas y empleo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Fortalecimientos Económicos no reintegrables (Subsidios)</li> <li>-Programa de Ayuda Económica</li> </ul>
	<p><b>Promoción</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Economía Circular</li> <li>-Mutuales</li> <li>-Aniversario 10 años de la Ley N°8435. Proyecto integral de modificación de leyes</li> </ul>

*Nota.* Elaboración propia en base a Informe anual 2022 Dirección de Economía Social y Asociatividad, Mendoza, Ley 8.435 provincial de Economía Social y proyecto de modificación de ley de Economía Social.

Es pertinente subrayar que en nuestra provincia existen otros organismos estatales vinculados a la ESSyP, tales como la Dirección de Cooperativas, la Dirección de Innovación y Desarrollo Económico, la Dirección de Emprendedores, Dirección Territorial de Empleo y Capacitación y la Dirección de Agricultura, pertenecientes al Ministerio de Economía y Energía de Mendoza. También, de manera relacionada, se articula con el Instituto de Desarrollo Rural (IDR), el Instituto de Desarrollo Comercial (IDC) y la Secretaría de Ambiente y Ordenamiento Territorial.

Esta fragmentación de las áreas que están ligadas al desarrollo de la ESSyP, según Aguilar (2020), no permite una planificación estratégica e integrada de las políticas públicas destinadas al sector de la ESSyP y la diversidad de actores y demandas que agrupa. Algunos de estos actores han sido incluidos en el *Mapeo de actores de la ESSyP de Mendoza* (figura 6) que elaboramos en el capítulo 1. Pero, para el presente análisis, nos centramos en las políticas públicas dependientes de la Dirección de Economía Social y Asociatividad.

Habiendo caracterizado de manera descriptiva las políticas nacionales y provinciales en materia de Economía Social, Solidaria y Popular, nos proponemos profundizar en la manera en que conciben estas intervenciones los actores entrevistados, qué falencias

perciben y qué intervenciones consideran necesario modificar. Luego, ahondaremos en algunas propuestas de intervenciones estatales para la promoción del acceso al consumo de alimentos de la ESSyP, haciendo especial énfasis en el rol que el Estado debería asumir en este campo.

## 4.1 Intervenciones estatales existentes, falencias y problemáticas

En este apartado, indagaremos en aquellas políticas nacionales y provinciales que tienen incidencia en el consumo y la comercialización de la ESSyP desde la experiencia de los actores entrevistados, además de identificar falencias o problemáticas comunes en relación a la intervención estatal en este ámbito.

### Planes, programas y proyectos nacionales

En términos generales, en las entrevistas encontramos que, de las intervenciones nacionales materializadas en programas y proyectos, las que resultan más significativas para los actores entrevistados en la actualidad son: el Programa Potenciar Trabajo y el Programa Mercados de Cercanía, mientras que se menciona una disminución del financiamiento destinado a microcréditos y proyectos Manos a la Obra, que fueron centrales en otras gestiones.

Respecto al Potenciar Trabajo, se remarca que las prestaciones que éste habilita funcionan como sueldos para muchas de las personas que trabajan en las comercializadoras u organizaciones de la ESSyP, por lo que se ubica al Programa en un lugar central:

*“[...] nosotros los sueldos que tenemos son del Potenciar. [...] No pagamos sueldos desde acá. En algún momento la idea es que sí, que podamos sacar esa ganancia para pagar, para darnos como una mano, un respiro en eso, pero por ahora no lo podemos hacer. Entonces lo que llega acá, se compra mercadería y se paga alquiler. [...] Entonces, nuestro sueldo, si no tuviéramos el Potenciar, es imposible. No estaría abierto el mercado si tuviéramos que pagar sueldos”. (R1)*

*“Los chicos son todos beneficiarios del Potenciar Trabajo, reciben subsidios. Entonces, no es real el sostén de ese tipo de unidad productiva, si bien funciona perfectamente y está bueno, pero funciona porque el Estado está presente con el Potenciar Trabajo, con*

*un subsidio nacional, con uno provincial, con uno municipal. ¿Me entendés? No funciona como tendría que funcionar.” (A2)*

En una de las entrevistas, además, se destacó la problemática de la disminución masiva que ha habido en el acceso a este programa, que analizamos a la luz de una crisis económica extendida, en la que el Estado deja de apoyar a ciertos sectores y fomenta otros:

*“Y encima ahora entramos en una racha de que se fueron cayeron los Potenciar. Ahora nosotros tenemos más de 50 salarios en la organización que se cayeron. Y estamos en reclamos y todo eso. Pero, si nos sacan los salarios no podemos venir acá, porque tenemos que salir a buscar otro trabajo. Porque, ¿cómo vivimos? Podemos tener la militancia a full y querer estar acá, pero hay que comer, hay que hacer un montón de cosas, y si no tenemos con qué, es imposible.” (R1)*

Por otro lado, el Programa Mercados de Cercanía se erige como uno de los programas que están actualmente funcionando, brindando asesoramiento y financiamiento a proyectos para fortalecer la comercialización y el consumo dentro del circuito de la ESSyP:

*“Se presentó un proyecto de desarrollo y Economía Social que se hizo, todo. Se compraron las estanterías, la balanza, todo. Ese fue uno de los primeros proyectos que se presentó y estuvo todo bien. [...] de Nación, de Desarrollo Social, Mercados de Cercanía.” (R1)*

Respecto a los microcréditos y los Manos a la Obra, programas históricos del Ministerio de Desarrollo Social de Nación, uno de los agentes estatales entrevistados refirió: “[...] siguen faltando recursos, no te alcanza. De hecho, el microcrédito en esta gestión no tuvo la impronta que tuvo años atrás [...]. En el caso de la Secretaría de Economía Social, un avance importante fue la creación de la Dirección Nacional de Empresas Recuperadas, pero también hubo retrocesos en programas históricos como el Manos a la obra, que antes estaban instalados y cualquier organización de Mendoza podía acceder y hoy es como que no, o sea, eso se cortó en estos últimos años. Entonces no ha habido como una política de expansión o de cualquier proyecto importante que se pueda poner en la agenda para poder ser acompañado con financiamiento, con recursos o con una política también de integralidad. O sea, eso me parece. También ha habido falta de recursos y de mirada estratégica. (A1)

Estos dos últimos programas mencionados, funcionan principalmente en el fomento a la producción, a través de la generación de trabajo y compra de maquinarias, materias primas o insumos.

En las políticas estatales nacionales abocadas a la ESSyP, se observa una división entre aquellas que se focalizan en la comercialización y aquellas centradas en la producción, con un mayor énfasis en la comercialización actualmente. Para uno de los agentes estatales entrevistados, esto implica un retroceso, pues hay ausencia de una política integral que articule estratégicamente la producción, la comercialización y el consumo:

*“[...] por lo general los proyectos en el ministerio han tenido la lógica de proyecto focalizado. La lógica de proyecto focalizado era, que por un lado había proyectos que fortalecían lo productivo, por otro lado, iban los que fortalecían la comercialización, y por otro lado los que tenían que ver con capacitación. Como que la lógica es muy de focalización en los programas históricos del ministerio.” (A1)*

Ubicamos a esta problemática como central dentro de la ESSyP, dado que, si bien situamos al consumo como dinamizador de la producción y como parte esencial del proceso económico, comprendemos a la ESSyP como un campo que presenta una cadena de valor interrelacionada entre sus diferentes componentes, en el que todos son fundamentales y permiten movimientos encadenados. Dentro de una misma organización, por ejemplo, hay personas que producen y otras que comercializan, además de un vínculo cercano con los consumidores/as.

Por esto mismo, la ausencia de políticas integrales de fortalecimiento de distintos aspectos de toda la cadena de valor de la ESSyP en un mismo plan o programa, provoca un estancamiento, conceptualizado por los actores como “cuello de botella” cuando la producción presenta condiciones suficientes, pero no así la comercialización. O cuando, de manera contraria, existe demanda de consumo, pero hay insuficientes insumos y/o maquinaria adecuada para producir.

Por último, dentro de la lógica estatal de presentación de proyectos focalizados, se menciona que hay dificultades de las organizaciones sociales en poder cumplimentar los requisitos administrativos y metodológicos que el Estado exige, lo cual termina expulsando a ciertos sectores que desconocen el funcionamiento burocrático de los proyectos estatales:

*“El mayor obstáculo y esto pasa no sólo con la Economía Social, sino que es el problema de la lógica avasallante del Estado. Esto de “las cosas se hacen de esta forma, como se hace en el Estado, con esta determinada burocracia y no nos podemos salir de ahí”. Y que sabemos que muchas veces, esa lógica es expulsiva para actores que no están acostumbrados o que no manejan la misma lógica.” (C1)*

En esta línea, una de las demandas de las organizaciones tiene que ver con que el Estado adecúe los procedimientos burocráticos de acuerdo a las características (de acceso, de tiempos, de transporte, de recursos, de condiciones de trabajo y de vida) del sector al que están dirigiendo determinado programa. Una consumidora lo explicaba:

*“Yo no digo que hay que informalizar los procesos, pero también creo que es tener la capacidad de entender que no es por una cuestión de querer ir por el costado o hacer cosas fuera de la ley entre comillas, sino que tiene que ver con esto, un poco lo que acabas de describir, con “nuestros procesos no son los procesos de una empresa de 20 años, formalizada...” No. Nosotros en función de lo que nos entra, es en función de lo que vamos a repartir. Y después la disponibilidad que tenemos para que esa persona trabaje con nosotros y no tenga que ir a buscar changas por otro lado. Esa vuelta. Que el Estado muchas veces por decir “sin esta firma no podemos avanzar, sin esta factura no podemos avanzar”, hace que termine siendo expulsiva para sectores que no pueden y es efectivamente que no pueden acceder a esa cuestión.” (C1)*

En este punto, es importante destacar que los procedimientos administrativos estatales, en muchos casos, encubren una posición ideológica ligada a la exclusión de ciertos sectores sociales de la participación en proyectos de financiamiento, y, en última instancia, del Estado en su conjunto. Esto se relaciona con lo mencionado anteriormente de la posición predominante del Estado frente a la Economía Social, Solidaria y Popular.

En la presentación de proyectos, incluso habiéndose cumplido todos los requisitos estatales exigidos, se reconoce que existen determinadas alianzas políticas que operan de obstáculo para la efectivización de los mismos. La referente de una comercializadora detallaba, por ejemplo, que actualmente han presentado un proyecto, pero al haberse dividido la organización de la que forma parte, se provocó una desarticulación en la relación con el Estado nacional que implicó una detención momentánea del proyecto.

## Planes, programas y proyectos provinciales

Respecto a las intervenciones provinciales a través de programas y proyectos de la Dirección de Economía Social y Asociatividad (organismo provincial dedicado a la ESSyP), se destacan las capacitaciones, el Registro de Unidades de la Economía Social y Solidaria (RUESyS) y la organización de ferias como los fundamentales.

Notamos que desde las comercializadoras hay acceso a las capacitaciones y asesoramiento para la certificación de alimentos que ofrece la Dirección, si bien la participación está condicionada por los intereses políticos-partidarios de las organizaciones y el gobierno actual. En las entrevistas se mencionó una menor participación cuando la afinidad política de alguna organización no coincide con el partido del gobierno provincial actual. Esto, según una de las agentes estatales entrevistadas, resulta contraproducente para el desarrollo del sector y no permite articulaciones más amplias.

Respecto al RUESyS y al catálogo online de productos, se destaca un paulatino crecimiento en los últimos años, intensificado en la pandemia del COVID-19, donde las ventas online crecieron y se potenció el interés de los y las consumidores/as en comprar alimentos de calidad y cooperar con sectores sociales desfavorecidos. El RUESyS, como registro estatal, habilita las compras públicas, eximiciones de pago y acceso a credenciales identificatorias como parte del sector de la ESSyP mendocina. Una de las agentes estatales refería, en relación a dicho registro y a la ley 8.435 que lo reglamentó:

*“Fundamental. [...] Hoy la ley está casi incorporada en todos los municipios, tienen en la mayoría de los departamentos áreas de Economía Social y se reconoce alrededor de la Economía Social como registrada en el RUESyS. Hoy si vos no tenés RUESyS, no podés estar en ninguna feria, no podés venderle al Estado. Y nosotros, si no están registrados, no tenemos estadísticas, no sabemos quiénes son, dónde están, qué hacen. Por eso, el registro es super importante para la planificación de políticas públicas. Si no, ¿cómo se hace? Eso es algo que está hoy muy incorporado. Digamos, si vos estás en capital, trabajás en una feria vendiendo algo y tenés la credencial del RUESyS, no te molestan” (A2)*

En lo atinente a la organización de ferias, se observa una diferenciación entre aquellas pertenecientes a la Ruta de Artesanos y emprendedores y aquellas de la Economía Social, constituyendo dos circuitos distintos. Las ferias de la Ruta de Artesanos se ubican en plazas departamentales, y suelen venderse productos utilitarios o

artesanales. En cambio, las ferias de la Economía Social se dedican principalmente al rubro alimentario, y su ubicación y nivel de organización varían en cada departamento. Sin embargo, estas últimas presentan ciertas dificultades: no son permanentes, no hay suficiente financiamiento para sostenerlas y muchas no tienen una continuidad en el tiempo, lo que dificulta el acceso al consumo de sectores mayoritarios y la llegada a los barrios, provocando un consumo esporádico y eventual. Los y las consumidores/as no realizan la compra mayoritaria de alimentos en estos espacios pues no tienen la periodicidad e infraestructura necesaria.

En todas las políticas provinciales nombradas, se observa una falencia estructural en la cantidad de financiamiento que percibe la Economía Social, Solidaria y Popular mendocina desde el Estado provincial, que afecta la producción, la comercialización y el consumo. Los entrevistados estatales referían:

*“[...] la falta de recursos. Siempre faltan recursos. En la provincia sobre todo ha sido fuerte el hecho de que nunca tuvo fondos la Ley de Economía Social anterior. Y si bien hay ferias y hay políticas, se plantean como hechos aislados o no hay un involucramiento.” (A1)*

*“Financiamiento, cantidad de personal que forma parte de Economía Social. Eso es como fundamental. Si tenés financiamiento, tenés capacitación, tenés formación, tenés publicidad. Nosotros no podemos poner publicidad. No tenemos un diseñador web que nos arregle el catálogo. O sea, si bien hemos mejorado en un montón de cosas, falta un montón más. Y todo en realidad se arregla con presupuesto. Nosotros tenemos un presupuesto muy chiquitito. [...]. El otro día, pasaba por una plaza que estaban arreglando y tenía el cartel que decía que la obra salía 36 millones. Nosotros tenemos 11. Una cosa que vos decís cómo puede ser... Para arreglar una plaza se gastan 36 millones y para generar trabajo 11 millones, ¿me entendés? Nosotros necesitamos plata. Por eso el tema de la ley es fundamental. Plata y personal para poder mejorar todas las demás cosas.” (A2)*

## **Compras públicas**

Las compras públicas, si bien no son programas específicos, se erigen como una herramienta fundamental del Estado nacional y provincial para el desarrollo de la ESSyP.

En las entrevistas, esta intervención se mencionó reiteradas veces, significándola como central, a la vez que problematizando las dificultades para que el Estado ejerza efectivamente su poder de compra.

El rol del Estado como consumidor habilita a las organizaciones a una producción de mayor escala, y a su vez, a una distribución de alimentos y productos de la ESSyP a otros sectores sociales:

*“Ahí es donde los agentes estatales ocupan un lugar. Tanto desde la organización de paseos o de ferias o a través de la compra, compras del Estado. Para muchas comercializadoras ese es el camino, de decir “bueno, ¿cómo hacemos para que estos productos lleguen?”. Bueno, si tenemos un intermediario con la capacidad logística suficiente de poder decir “te compro dos mil botellas de tomate y las reparto por todos estos lugares”. (R2)*

*“Las organizaciones de la Economía Social, lo que necesitan es señales desde el consumo. Entonces, si el Estado dijera, “yo voy a comprar guardapolvos” y fuera claro en eso y organiza respecto de eso, lo más probable es que la productora se va a comprar la máquina sola. A lo sumo necesitará un crédito, pero no necesita más nada. O sea, es mucho más fuerte que un volumen importante se pueda producir, comercializar y distribuir, que yo te done la máquina.” (R3)*

Si bien se entiende que el Estado como consumidor es capaz de dinamizar y fortalecer procesos productivos y ampliar el acceso al consumo de productos de la ESSyP, en la práctica se encuentran diferencias y dificultades para ejercer este rol, asociados también a la posición predominante del Estado y a los grupos que históricamente apoya con mayor financiamiento.

Se observa, por ejemplo, que cuando el Estado realiza compras de alimentos y productos para abastecer a diferentes instituciones y organismos estatales (hospitales, merenderos, comedores, hogares para personas mayores y escuelas) suele articular con grandes empresas alimentarias y supermercados, que se rigen por una lógica especulativa y tienden a la monopolización:

*“Por las cantidades que demandan las políticas alimentarias vigentes, se compraban los productos tradicionales a grandes marcas de la Argentina, con la contradicción de que son las mismas que generan y son parte del proceso inflacionario y de especulación con el tema de alimentos. Esos eran los proveedores del Estado. Entonces bueno, es toda una política romper con ese esquema. Y que también la Economía Social a su vez*

*ofrezca escala, porque ese era un problema que tiene la Economía Social, que tiene. Cómo alcanzás escala en el marco también de cierta diversidad, porque ahí no es un producto uniforme.” (A1)*

*“Por ejemplo, el Estado compra muchas toneladas de frutas y verduras, entonces, en un lugar donde hay un cinturón verde muy importante, si vos vas a comprar no sé cuantos miles de kg de papas o tomate, eso para que el productor chacarero lo pueda hacer empieza el problema de que tenga capital de trabajo, poder acompañar su siembra, poder acompañar el proceso. No es nomás comprar papas y que venga el pequeño productor, no. Porque no va a alcanzar la escala, porque va a haber dificultades climáticas.” (R3)*

Aquí aparecen, desde el sector de la ESSyP, problemas de escala, homogeneización y certificación de alimentos que en muchos casos no permiten venderle al Estado, y que requieren de un acompañamiento integral en toda la cadena productiva. El núcleo de este problema es que no hay una decisión política en el aparato estatal de incidir y fomentar el desarrollo de la Economía Social, Solidaria y Popular de manera integral, con controles y financiamiento acordes.

Otra de las dificultades está asociada con la demora con que el Estado realiza los pagos cuando hace compras. Aquí se encontraron algunas divergencias: mientras que los referentes de las comercializadoras plantean que esta demora complica en gran medida las posibilidades de venta al Estado, los agentes estatales sostienen que hacen esfuerzos específicos para favorecer al sector y acortar los tiempos de pagos. A su vez, desde el Estado plantean que hay una dificultad de las organizaciones en la realización de los trámites correspondientes para su incorporación como proveedores estatales y formar parte del Sistema Comprar, mencionado en un apartado anterior. En los siguientes fragmentos se identifican ambas posiciones:

*“[...] cuando se entrega el producto, capaz te termina pagando a los 30, 60 y hasta 90 días. Y eso es un acta de defunción para la organización. Ahí hay una dificultad. Yo creo que hay que unir. Así como estamos trabajando mucho para que las empresas privadas le compren a la Economía Social, las empresas públicas o las organizaciones del sector público deberían hacer eso, pero hay una serie de barreras en donde termina el Estado comprándole a los poderosos digamos.” (R3)*

*“Mendoza todavía está lejísimo de poder tener todas las herramientas, pero hoy en día ya se habla de que en algunos pliegos hay una prioridad si vos estás inscripto en el*

*Registro de la Economía Social. Pero no alcanza, como te digo, “yo quiero comprar 1000 unidades de esto, traémelas y yo te pago dentro de 60 días”, ahí murió. Por más de que esté escrito en el pliego, ahí murió porque no tengo oportunidades...” (R3)*

Por otro lado, una agente estatal expresaba: *“A 30 días, y nosotros insistimos para que sea menor y con un adelanto previo de las cosas cuando los montos son altos. Considerando que el precio que vos estás poniendo es mayor al precio que debe ser, porque se toma que se paga a 30 días, que tenés que pagar sellado, que tenés que hacer remito y todo lo demás.” (A2)*

*“Para incorporarse como proveedores del Estado hemos hecho todo un proceso más accesible, para acompañarlos, por lo difícil que es. Y el año pasado pudimos meter a dos unidades productoras para que sean proveedores del Estado en un marco licitatorio que da de alimentos por dos años. O sea, que por dos años esas dos organizaciones le venden al Estado los alimentos que se necesitan en los hospitales, en las guarderías... Durante dos años, porque ellos ganaron la licitación. Dos, de las 6.800 unidades productivas que tenemos en la provincia.” (A2)*

Como factor común, notamos que se reconoce que el procedimiento administrativo y legal actual resulta complejo y expulsivo para ciertas organizaciones que tienen la intención de vender sus productos al Estado, más allá del asesoramiento que puede brindar un área estatal específica.

Hacia el interior del Estado, el poder de compra no se ejerce de la misma manera. Mientras que en algunos sectores (sobre todo en áreas de Economía Social) se organiza la logística de compras para apoyar al sector, en otros departamentos, direcciones o coordinaciones, las compras públicas se realizan sin tener en cuenta este ámbito:

*“La ausencia de la compra pública como algo más sistemático yo creo que es un obstáculo. Porque me parece que si la voluntad de comprar del ministerio, de los gobiernos provinciales y municipales fuera real, sostenida y cruzando con registros de productor y registros locales, yo creo que impactaría de otra manera. Porque la comercialización te ordenaría un montón de otras cosas.” (A1)*

*“[...] en otras áreas del Estado no pasa eso. Primero, porque no se conoce. Después, porque depende de la voluntad de cada director que quiera comprar. Nosotros porque somos Economía Social, si nosotros mismos no insistimos en comprarles... [...] Nosotros vamos buscándole para que todos tengan la posibilidad de venderle al Estado, que tengan la experiencia y demás. Pero nosotros porque somos Economía Social, y*

*nos costó un montón que en el nivel administrativo del Estado nos aceptaran esa situación. [...]–pero es mucho de la voluntad de quien compra. Por eso con la ley buscamos que sea obligatorio eso.” (A2)*

En este punto, la legislación asume un papel fundamental. En el nuevo proyecto de ley que busca modificar la ley provincial de Economía Social y Solidaria vigente, se establece como obligación la compra estatal del 10% a la Economía Social en todos los niveles (municipal y provincial) y áreas (legislativo, ejecutivo y judicial). Aunque este porcentaje aún estaría lejos de instaurar una política estatal de articulación profunda y fomento a la ESSyP (que requeriría además de una norma y políticas a nivel nacional), entendemos que el establecimiento de una obligación mínima de compra estatal a este sector es una medida necesaria en el escenario provincial actual.

Por ello, nos detendremos en la legislación nacional y provincial que incide en el circuito provincial de la ESSyP. Si bien ya caracterizamos brevemente la legislación vigente en los cuadros anteriores, buscamos ahora indagar en su problematización y significación desde los actores entrevistados.

### **Legislación (nacional y provincial)**

En cuanto a la legislación, se observa una discrepancia entre las leyes (tanto nacionales como provinciales) que tienen incidencia en materia de Economía Social, Solidaria y Popular y las prácticas e intervenciones concretas en este ámbito.

En particular, la Ley 27.545 de Fomento de la Competencia en la Cadena de Valor Alimenticia, comúnmente llamada “Ley de Góndolas”, es pionera a nivel internacional y nacional en cuanto a las condiciones que establece. Sin embargo, el control para su efectivo cumplimiento no se realiza, mermando enormemente la capacidad de frenar las prácticas monopólicas y oligopólicas presentes en la industria alimentaria argentina. Uno de los agentes estatales entrevistados explicaba: *“La ley de góndolas es una ley que está buenísima y todo esto, pero después no hay acompañamiento para la ejecución, no hay control...” (A1).*

Cabe preguntarnos entonces acerca de los motivos que impiden un efectivo control y ejecución de esta ley. Un análisis extenso y detallado de este tema escapa a los alcances de nuestra investigación; sin embargo, entendemos que no hay una decisión política estatal contundente para el desincentivo y/o la detención de prácticas de especulación y lógicas oligopólicas en la industria agroalimentaria del país.

En cuanto a la ley provincial de Economía Social y Solidaria, se destaca que es una norma fundamentalmente axiológica en sus proposiciones, pero que no profundiza en aspectos de financiamiento e institutos a cargo para la promoción de la Economía Social y Solidaria. Por ello, en el proyecto de su modificación, se incluye una reforma de la Ley de Administración Financiera (que establece las formas de compra de todo el aparato estatal provincial) y, junto a ello, una obligación del Estado de compra del 10% a la ESSyP, una mayor presencia en la ejecución e inversión de políticas públicas para el sector y difusión de la ESSyP que abarca, por ejemplo, su inclusión como temática en el sistema educativo. Respecto a esto, una consumidora mencionaba:

*“La legislación existente, la modificación de esa legislación existente en cuanto a no solo qué entra y qué no entra en la Economía Social... sino también en cuanto a la prioridad a la hora de compras por parte del Estado, a quién vamos a priorizar, qué tipo de factores vamos a incluir cuando se tabule el puntaje de qué organización gana una licitación.”(C1)*

Sin embargo, se destaca que, por más de que esta ley se cumpliera, la estructura para sostener y abastecer desde la ESSyP las ventas al Estado, es insuficiente en la actualidad. Por ello se necesita más apoyo y financiamiento al sector.

Nos interesa destacar, además, el recorrido para la reglamentación de la Ley N°27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable (comúnmente conocida como “Ley de Etiquetado Frontal”), reglamentada en marzo de 2022. Esta norma, si bien no es específica para el campo de la Economía Social, Solidaria y Popular, constituye un gran avance en la promoción de la alimentación saludable y la soberanía alimentaria, con énfasis en los derechos del consumidor.

Esta ley establece, en primer lugar, el etiquetado frontal con sellos de advertencia en alimentos excedidos en nutrientes críticos (sodio, grasas, azúcares, calorías) y la especificación de aquellos que contienen edulcorantes artificiales y cafeína, no recomendables en niños/as. Además, prohíbe la publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes de este tipo de productos y su oferta en entornos escolares (ej: kiosco). Asimismo, insta que el Estado debe, ante igual conveniencia, preferir alimentos frescos, de economías regionales, de la agricultura familiar y sin nutrientes críticos en exceso para la asistencia alimentaria que brinda en comedores, merenderos, etc. Por último, promueve la educación alimentaria en el nivel inicial, primario y secundario.

La lucha y la organización para que esta ley se debatiera, se aprobara y finalmente se reglamentara duró alrededor de 5 años, y fue promovida por organizaciones de la sociedad civil, redes de soberanía alimentaria, profesionales de la salud y nutrición, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y UNICEF. Se llevaron a cabo campañas para pedir por el tratamiento de la ley y frenar el exceso de lobby (Lag, 2021), luego de que en octubre de 2020 se le diera media sanción en la Cámara de Senadores pero se estancara hasta llegar a la Cámara de Diputados. Recién en 2021, un año después, luego de una sesión en Cámara de Diputados cancelada por falta de quorum, se sancionó la ley el día 26 de octubre con una amplia mayoría (200 votos positivos). Los votos en contra (22) y las abstenciones (16) provinieron de el PRO y la Unión Cívica Radical.

Desde su reglamentación, los consumidores han suscitado diversas manifestaciones: culpa al comprar determinados productos, rechazo, aceptación y celebración de la norma, mayor atención en las compras, etc. Más allá de estas diversas reacciones, entendemos que facilitar la información nutricional de cada alimento, destacando aquellos que contienen nutrientes críticos en exceso, se constituye como una herramienta fundamental para asegurar los derechos de los consumidores, frenando asimismo las estrategias de marketing que promueven el consumo de estos productos nocivos para la salud. Así, por ejemplo, ha sorprendido la cantidad de alimentos antes considerados como “saludables” o “light”, que contienen grasas saturadas, sodio y azúcares en exceso.

Las trabas en el tratamiento de esta ley visibilizan los intereses que se ponen en juego al limitar la lógica de producción y comercialización de las grandes empresas productoras de alimentos. Desde nuestra perspectiva, reconocer las alianzas y luchas de poder en estas instancias resulta imprescindible si entendemos que la seguridad y la soberanía alimentarias son fundamentales para asegurar el derecho a la alimentación.

El recorrido de la aprobación y reglamentación de esta ley también resulta fundamental porque su implementación y control está siendo efectiva -al menos en lo atinente a las etiquetas de advertencia-, constituyéndose como ejemplo de una política pública promotora de la soberanía alimentaria.

Comparativamente a esta ley, sostenemos que la situación actual respecto a la legislación provincial y nacional específicamente centrada en la ESSyP, si bien brinda valiosas herramientas para la inserción de este campo en el sistema productivo, está

lejos de cumplir efectivamente con las disposiciones que estas leyes reglamentan y establecen.

## 4.2 Propuestas de modificaciones y/o nuevas intervenciones estatales

En este apartado, luego de haber realizado un análisis de las principales intervenciones estatales en materia de ESSyP y las problemáticas que se encuentran relacionadas a ellas, mencionaremos algunas de las principales propuestas respecto al rol del Estado en este campo que fueron resaltadas por los entrevistados.

La exención impositiva y la disminución de tasas municipales fue una de las propuestas analizadas, más allá de que actualmente existen algunas herramientas de este tipo. Una consumidora expresaba:

*“Para los alimentos debería haber otras reglas. Los alimentos son básicos. Y no podés cobrarle el mismo impuesto a un pibe que vende verdura que trae del campo como están haciendo los chicos, que a otro que vende artículos de lujo.” (C2)*

También el fortalecimiento de las herramientas de capacitación y certificación es considerado central, dado que permite articular con otros sectores (comercializadoras de otras provincias, almacenes naturales, pequeños mercados) y una mayor regulación de los productos que se comercializan, asegurando calidad e inocuidad de los alimentos a los consumidores:

*“Entendemos que el Estado debería garantizar algunas cuestiones como un mayor acceso a los permisos, a los análisis bromatológicos, a las licencias, que sí debería facilitarle a los productores los medios para que puedan comercializar dentro del marco legal y en buenas condiciones.” (R2)*

*“[...] acompañar a las organizaciones para que vayan resolviendo el tema de las mismas exigencias en todo lo que son las prácticas alimentarias, cómo se produce y cómo se distribuye, que también es todo un tema a la hora de si te va a comprar la provincia para compras de un hospital, para un asilo, para cualquier política alimentaria que ejerza la provincia.” (A1)*

Facilitar el acceso a créditos y fondos rotatorios específicos para la ESSyP, teniendo en cuenta que es un sector con baja capitalización, donde lo predominante es la fuerza de trabajo de quienes lo componen, fue otra de las propuestas mencionadas:

*“Me parece que hay que hacer que haya muchas más herramientas de fondos rotatorios, de crédito, que permitan aumentar la producción y aumentar la comercialización. Que se estimulen los consumos. [...] Acceder a capital de trabajo en condiciones diferenciadas, [...], que de alguna manera vos accedas a ese fondo rotatorio, y a medida que lo vas vendiendo lo vas devolviendo, digamos.” (R3)*

Por otro lado, se menciona el financiamiento del consumo y la posible articulación de ciertas políticas alimentarias nacionales (como la Asignación Universal por Hijo o la Tarjeta Alimentar) con el sector de la ESSyP, favoreciendo un mayor acceso de los sectores populares a productos regionales producidos en el marco de la Economía Social, Solidaria y Popular:

*“Una vez se pensó de la Tarjeta Alimentar de que un porcentaje lo pudieran comprar en estos mercados. Eso estaría buenísimo que lo hicieran. Un pequeño porcentaje que compraran nos ayudaría a nosotros y también acercaría a tener más clientes, a que la gente conozca esto. Eso está buenísimo. Bueno, la verdura también. El dinero que a veces dan para la mercadería a las organizaciones que lo apuesten a estos mercados también, para tener los nodos de verdura, que la verdura llegue al barrio y todo eso. Estaría bueno que hicieran acciones para fortalecer eso. Que la tienen fácil, yo creo. Creo que no es tan complicado, pero bueno, son decisiones.” (R1)*

Es necesario recalcar, empero, que para articular políticas de esta magnitud con el campo de la ESSyP, es necesario contar con una infraestructura adecuada que pueda responder a la correspondiente demanda, ya que la infraestructura existente es aún insuficiente. Sin embargo, con los medios existentes sí se puede pensar en vinculaciones a partir de descuentos y promociones que funcionen como impulsos para comprar a la ESSyP. Por ejemplo, que, a través de la Tarjeta Alimentar, haya descuentos en bolsones de verduras de la ESSyP, para fomentar el consumo en este tipo de comercios. En un artículo periodístico reciente, Emanuel Jurado (2020), especialista en Economía Social y Solidaria, menciona este recurso como una posibilidad.

Respecto a la problemática de escala que presenta la ESSyP, un agente estatal explicó que establecer una figura de uniones transitorias de unidades de la Economía Social, por ejemplo, puede convertirse en una medida posible para solventar esta dificultad:

*“Nos parecía importante una unión transitoria de unidades de Economía Social para una compra pública. Eso nos parecía muy interesante y transparentaba mucho que no compres en forma “te voy a comprar a vos porque me caes bien”, sino que ves quiénes están haciendo en Mendoza guardapolvos por ejemplo. [...] Convocás a 4 o 5 organizaciones, hacés una compra de ropa de trabajo, de guardapolvos o de barbijos, y listo. Eso me parece interesantísimo, porque a su vez también promovés que la organización pueda participar produciendo con su capacidad productiva. Estandarizás, respetás a cada organización que tiene su forma de trabajo diferente, pero el producto tiene que ser el mismo o similar de acuerdo a lo que se haya planteado. Entonces eso está bueno, eso lo planteamos en la ley nueva, como que eso fuera una política. Y lo mismo con alimentos. O sea, no comprar [...] por separado, sino buscar que las cooperativas se unan para una licitación, estimular eso. Entonces ahí también resolvés el problema de la escala. Al mismo tiempo resolvés escala y generás organización.”(A1)*

Por otro lado, la ampliación de la infraestructura y cobertura geográfica de los mercados de la Economía Social, Solidaria y Popular se torna imprescindible para fomentar el consumo, dado que la mayoría de las comercializadoras se encuentran en el Gran Mendoza, y las ferias itinerantes, por sus características, no permiten un consumo estable y sostenible en el tiempo.

Entendiendo que los recursos estatales destinados actualmente al sector son escasos, se proponen como herramientas la identificación de puntos estratégicos a través de estudios de demanda y la articulación entre el sector privado (empresas familiares y PyMES, por ejemplo), organizaciones sociales, Universidad Nacional de Cuyo y los distintos niveles estatales, con énfasis en el nivel municipal para ampliar la cobertura geográfica, la variedad en la oferta en la ESSyP y la pequeña producción local.

Respecto a estas posibilidades, una de las consumidoras destacaba:

*“La posibilidad de tener, primero federalizado, o sea, poder pensar que haya, aunque sea por departamento y también pensando en las zonas no urbanizadas de los departamentos, mercados. Que, insisto que no sea simplemente un puesto de un productor de Economía Social, sino mercados de Economía Social, cosa de que yo puedo efectivamente ir y no es que estoy obligado a comprar solo lo que me ofrece uno.*

*Puedo, tengo esa posibilidad de comparar, esa posibilidad de “este me vende esto y este me vende lo otro” y de ahí armo mi compra, como uno suele hacer cuando va a un mercado o un supermercado.” (C1)*

*“Tal vez no siempre es montar una infraestructura. Quizás es saber “contamos con esta infraestructura y con esta llegada de esta forma, ¿cómo le sacamos el jugo para que a su vez llegue de la mano de esto? [...] Yo creo que el Estado conjuntamente con la Universidad tienen los recursos tanto intelectuales como materiales para desplegar ese análisis que habilite esa estrategia de cómo hacemos para federalizar y acercar.” (C1)*

Uno de los agentes estatales, en esta misma línea, hizo hincapié en la mejora de las articulaciones locales (ya trabajadas en un apartado anterior) para promover el acceso al consumo:

*“Poder conectar. Muchas veces producción local no se consume en el mismo departamento, la lógica de los distribuidores es otra, entonces ahí hay mucho del rol del Estado y también de los estados municipales en dinamizar eso. Si hay un tambo municipal, por ejemplo...” (A1)*

Consideramos que estas propuestas de articulación resultan adecuadas en las condiciones actuales de la ESSyP provincial (falta de fondos e infraestructura insuficiente). Sin embargo, sostenemos que no hay que olvidar que la discusión central o subyacente a estas problemáticas está ligada a la implicación que el Estado debe asumir frente a este sector.

En relación a ello, nos interesa subrayar que todos los entrevistados le atribuyen al Estado un rol central en el acceso al consumo de alimentos sanos y de calidad del circuito de la ESSyP. Algunos fragmentos de las entrevistas, tanto de consumidores, referentes de comercializadoras como agentes estatales, lo grafican con claridad:

*“Creo que es fundamental. Creo que el Estado, como todo, es el que habilita el gran salto de una Economía Social conocida por ciertos grupos reducidos a un salto cualitativo de que pueda llegar masivamente a grandes sectores de la sociedad. Creo que el Estado tiene el capital para que justamente ese salto exponencial llegue y se produzca.” (C1)*

*“Tiene que brindar garantías y tiene que poder facilitar el proceso. Tienen que poder brindar los derechos que necesitan los productores y los consumidores para poder*

*realizar su tarea. Tienen que poder facilitar el espacio, la tierra, los medios de producción. Eso sin duda. Esto sí es una posición.” (R2)*

*“Y, el Estado tiene un rol fundamental. O sea, si el Estado no promociona, no genera financiamiento, no hay alternativas, eso se pierde. Se pierden las posibilidades de accesibilidad.” (A2)*

*“Yo creo que ahora cumple un rol básico, que sí, que está bueno, pero tendría que cumplir un rol más importante y darnos un poco más la mano y apostar a lo que es. [...] tendría que tener un papel mucho más activo hacia nosotros y apostar un poco. No cree, creo, en la Economía Popular.” (R1)*

A modo de conclusión de este apartado, en el que nos propusimos indagar en las intervenciones que realiza el Estado en el campo de la ESSyP y, especialmente en la comercialización y consumo de alimentos dentro de este circuito, sostenemos, en consonancia con los entrevistados, que el rol que el Estado debe asumir es central para el desarrollo del sector, relacionado principalmente con las posibilidades de ofrecer escala, fomentar la difusión, financiar infraestructura (insumos, maquinaria, materia prima) y promover la generación y el sostenimiento del trabajo.

Sin embargo, actualmente el Estado relega -desde sus prácticas, sus procedimientos administrativos y el escaso financiamiento- a la ESSyP a un lugar marginal y secundario respecto a otros actores más poderosos de la economía nacional y provincial.

A su vez, dada la complejidad que caracteriza al campo de la ESSyP y a la diversidad de actores que reúne, consideramos que el rol del Estado frente al sector debería ser asumido desde una perspectiva respetuosa de las organizaciones sociales y grupos que lo componen, asumiendo tareas de articulación, acompañamiento, integración, fomento de la participación y cuidado de las diferencias, respetando la autonomía e identidades de las organizaciones que forman parte de la ESSyP a la vez que resaltando los aspectos comunes desde una mirada integral.

Entendemos que operar a partir de una lógica estatal de imposición y control produce un gran daño, ya que dificulta y descompone las redes construidas entre organizaciones, comercializadoras, cooperativas, mutuales y asociaciones de agricultura familiar, mermando enormemente las posibilidades de crecimiento del sector y su posicionamiento como actor clave en la discusión del modelo de desarrollo actual.

## Conclusiones

En el desarrollo de la investigación, nos propusimos indagar en las formas en que se presenta el consumo en el circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular en nuestra provincia, analizándolo a partir de aquellos factores estructurales que lo dificultan y promueven desde una perspectiva de soberanía alimentaria.

Si bien la metodología elegida para la elaboración del estudio no habilita a la generalización de los hallazgos, sí posibilitó un acercamiento y exploración de la temática que resultó enriquecedora, anclada en la heterogeneidad de actores entrevistados y sus diferentes posiciones en el campo de la Economía Social, Solidaria y Popular. De allí se desprenden algunos puntos fundamentales, asociados a cada uno de los objetivos planteados.

En primer lugar, se observó que el consumo de alimentos dentro del circuito de la Economía Social, Solidaria y Popular mendocina es conceptualizado por sus actores como central en la cadena de valor, entendiendo que funciona como dinamizador y se encuentra profundamente enlazado a la producción. A los consumidores se les otorga un papel primordial, valorando el vínculo que se establece con ellos y la sostenibilidad social que aportan a cada comercializadora. A su vez, la noción de soberanía alimentaria converge en las consideraciones de los actores entrevistados como un concepto base para la Economía Social, Solidaria y Popular, estableciendo una preocupación tanto por la calidad de los alimentos (que sean frescos, nutritivos, con nulo o escaso uso de agroquímicos y bajo nivel de procesamiento) como por la forma y condiciones de trabajo en las que son producidos.

Sin embargo, este consumo se encuentra limitado a determinados sectores, específicamente profesionales, estudiantes, funcionarios estatales, vecinos y personas afines a las comercializadoras y miembros de organizaciones, cooperativas o asociaciones del sector. Esto da cuenta de uno de los principales nudos problemáticos dentro de este circuito: el consumo de productos de la ESSyP no logra un alcance a sectores masivos, mermando enormemente las posibilidades de desarrollo de este campo y sus posibilidades de contribuir a la soberanía alimentaria.

Los principales factores estructurales que dificultan el acceso al consumo de estos productos están asociados a la distancia a los comercios de la ESSyP y su desigual cobertura geográfica entre departamentos, condicionado a su vez por la disponibilidad de transporte y las rutas habituales de compras de los consumidores, la escasa variedad en la oferta, la falta de formas de pago virtuales o bancarias, los precios variables o mayores en comparación con los precios de supermercados y el desconocimiento de la existencia del sector.

Teniendo en cuenta estos factores y en relación al segundo objetivo planteado, se encontró que las comercializadoras y ferias de alimentos despliegan mecanismos para facilitar el acceso al consumo, entre las que se destacan la generación de encuentros y fortalecimiento del vínculo con los consumidores, el sostenimiento de precios y la no especulación, las compras colectivas entre comercializadoras para ampliar la variedad de la oferta, la difusión de los valores de la ESSyP, la venta a instituciones, empresas y áreas del Estado, el armado de catálogos virtuales, los repartos a domicilio y la promoción a través de redes sociales.

Se observó que las experiencias que logran dinamizar el consumo están asociadas a las ventas a organismos estatales, empresas u organizaciones de otras provincias. Por lo que, una de las principales conclusiones tiene que ver con la necesidad de una articulación profunda entre distintos actores -tanto de la ESSyP y como de otros sectores- para generar una mayor demanda y, de esa forma, impulsar la producción.

En relación al tercer objetivo planteado, se advirtió que las compras públicas se erigen como una de las principales herramientas estatales para promover la producción y el consumo de productos de la ESSyP, asociado al aumento de la escala productiva. Este mecanismo, sin embargo, es ejercido esporádicamente por escasas áreas del Estado, lo cual indica una posición predominante del aparato estatal en la elección de sus proveedores y lógica de compras, que no prioriza a los productores y productoras de la

ESSyP sino a las grandes empresas de la industria alimentaria argentina y principales cadenas de supermercados.

Asimismo, el análisis de la legislación vigente en materia de ESSyP visibiliza que existen leyes pioneras a nivel nacional e internacional que reglamentan aspectos centrales dentro de este gran campo. Sin embargo, no hay suficientes controles ni financiamiento para su efectiva ejecución. El presupuesto y la infraestructura estatal destinados a la ESSyP resultan insuficientes y precarios en relación a la cantidad y diversidad de actores que este sector agrupa. A nivel nacional, la falta de programas estratégicos que vinculen producción y consumo y la disminución de financiamiento en programas históricos del Ministerio de Desarrollo Social, socava las posibilidades de crecimiento del sector. Esta situación se agrava para el Estado provincial, que cuenta con un presupuesto mínimo en una de las principales áreas que trabajan en la ESSyP.

Consideramos que el hecho de que la ESSyP esté asociada, tanto a nivel nacional como provincial, a políticas de desarrollo social y no a políticas económicas, de empleo y producción sitúa a este campo en un lugar secundario, que impide su incidencia efectiva en el modelo de desarrollo vigente en Argentina. Entendemos que esta situación grafica un posicionamiento claro por parte de la estructura estatal de evitar la participación de estos sectores para no alterar la distribución de la riqueza, las lógicas de poder y alianzas económicas vigentes.

En resumen, entendemos que el consumo dentro del circuito de la ESSyP provincial cobra un lugar esencial, donde se lo valora y visibiliza como parte fundamental de la cadena de valor. Sin embargo, habiendo descripto los factores estructurales que dificultan su acceso, las estrategias de las comercializadoras y las intervenciones estatales en la ESSyP, se muestra que es aún incipiente y reducido a determinados sectores sociales, lo cual está influenciado por el hecho de que el Estado no le otorga un lugar central en el sistema económico para la generación de trabajo y la producción alimentaria.

A continuación, planteamos algunas propuestas, surgidas de las entrevistas y del análisis, que permitirían un crecimiento del sector en las condiciones actuales:

-Resulta crucial articular entre las distintas comercializadoras que forman parte de la ESSyP mendocina, generando estrategias conjuntas para la producción a escala, el aumento de la variedad en la oferta y la promoción del consumo. Si bien existe una red de alianzas y lazos solidarios entre estos actores, componer un grupo destinado a la

estructuración de mecanismos transversales que se encargue de la logística, promociones conjuntas, compras colectivas y capacitación fortalecería a todas ellas. Consideramos que, dentro del Foro de Economía Social, podría constituirse un equipo de comercialización que se ocupe de las demandas y problemáticas específicas de este ámbito.

-Articular entre sectores de la ESSyP y otros sectores que trabajan por el cuidado del medio ambiente, el consumo responsable y la generación de trabajo digno, tales como: empresas B, fundaciones, escuelas, almacenes naturales, mercados alimentarios, sindicatos, universidades, comercios barriales, organizaciones sociales y productores agroecológicos u orgánicos es estratégico en el contexto actual. El eje articulador entre estos sectores puede basarse en el desarrollo y consumo local, entendiendo que la cercanía es un factor decisivo en el consumo de productos regionales, nutritivos, frescos y de calidad.

-Es necesario impulsar desde el Estado las compras públicas, informando en distintos niveles y áreas, con el objetivo de generar una demanda organizada y sostenida en el tiempo que permita a las comercializadoras un mayor volumen de producción y venta. El Estado debe operar de manera integral y no tan escindida entre sus distintas áreas, facilitando las herramientas administrativas, el acompañamiento metodológico y la disminución de los tiempos de pagos para que las unidades productivas de la ESSyP se amplíen y se constituyan efectivamente en proveedoras del Estado.

-La difusión y conocimiento del sector son elementos cruciales para el crecimiento del consumo, cuya demanda ha crecido en los últimos años, pero no siempre logra concretarse y vincularse con el sector de la ESSyP. Apuntar a la organización de encuentros, ferias y eventos, promoción por redes sociales y publicidad en los medios de comunicación son instrumentos adecuados para este fin, atendiendo a la diversidad y necesidades específicas de nuevos posibles consumidores de productos de la Economía Social, Solidaria y Popular.

-Relacionado a la difusión y a la educación del consumidor, algunas estrategias son: la inclusión de contenidos de soberanía alimentaria, cooperativismo y Economía Social, Solidaria y Popular en todos los niveles del sistema educativo, la organización de visitas a unidades productivas y la formación a través de Prácticas Sociales Educativas y Prácticas Profesionales universitarias de distintas carreras. Esto fomentaría el interés de niños, niñas, adolescentes, jóvenes y nuevos profesionales en la Economía Social,

Solidaria y Popular y sus valores y prácticas, con el objetivo último de propiciar una racionalidad económica diferente de la capitalista.

-Se propone también la generación y organización de espacios de comercialización periódicos y sostenidos en el tiempo entre universidad, municipios, gobierno provincial y productores, con el objetivo de ampliar la cobertura geográfica y acercar alimentos regionales y de la ESSyP a sectores que aún no conocen este campo por encontrarse alejados de las rutas habituales de compras.

-Se destaca la necesidad de una mayor apertura de todos los sectores que forman parte de la ESSyP, principalmente Estado provincial y nacional y organizaciones, desde una perspectiva integral basada en la generación de consensos para la realización de proyectos o iniciativas estratégicas que sobrepasen los intereses político-partidarios.

-Un mejoramiento y actualización de las bases de datos, estadísticas y estudios provinciales y nacionales en materia de ESSyP es urgente, para poder diseñar con mayor precisión las políticas públicas destinadas al sector e instalar en la agenda política la importancia de las problemáticas y demandas específicas de la ESSyP, que se encuentra en constante expansión y crecimiento y agrupa a una gran diversidad de actores.

## Referencias bibliográficas

- Aguilar, G.A. (2020). *¿De la teoría al barrio o del barrio a la teoría? Las estrategias de supervivencia de las jefas de hogar del Barrio Luz de Vida*. [Tesis de grado]. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional de Cuyo.
- Aguilar, G.A. (2020). *Diagnóstico de las normativas de la Economía Social, Solidaria y Popular del área metropolitana de Mendoza* [Archivo PDF]. Fundación Nuestra Mendoza.
- Baca Coria, D.B., Di Nasso, N. y García, M.E. (2015). *Empresas recuperadas en Mendoza: Asistencia técnica y financiera en el último quinquenio*. Trabajo de Investigación. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo.
- Barrantes, C.A. (1992). Del sector informal urbano a la economía popular. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad de Costa Rica* (57), pp. 97-108.
- Barruti, S. (7 de julio 2020). *Tenemos que deconstruir como nos alimentamos*. Entrevista para diario La Voz [Archivo de video]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=eETPqg25o9o&ab\\_channel=LaVoz](https://www.youtube.com/watch?v=eETPqg25o9o&ab_channel=LaVoz)
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económico.
- Bertolotti, M.F., Ortubia Díaz, E. y Ramírez, M.C (2021). *Estudio de la Economía Popular en Mendoza: características y desafíos* [Ponencia]. XIV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Bethell, L. (Ed). (1990). *Historia de América Latina*. (16 volúmenes). Editorial Crítica.

- Bourdieu, P. (2003). *El oficio del científico. Ciencia de la ciencia y reflexividad*. Anagrama.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L.J.D. (1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. Grijalbo.
- Bourdieu, P., Chamboredon, J.C. y Passeron, J.C (2013). *El oficio de sociólogo: presupuestos epistemológicos*. Siglo XXI Editores.
- Bruetman, P. (28 de junio de 2020). ¿Orgánico, agroecológico o tradicional? *Cítrica*. <https://revistacitrica.com/que-son-las-producciones-agroecologicas-y-las-producciones-organicas.html>
- Campos I-Climent, V. (2016). La economía social y solidaria en el siglo XXI: un concepto en evolución. Cooperativas, B corporations y economía del bien común. *Oikonomics* (6), pp. 6-15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5975205>
- Cardoso-Ruiz, R. P., Gives-Fernández, L. D. C., Lecuona-Miranda, M. E. y Nicolás-Gómez, R. (2016). Elementos para el debate e interpretación del Buen vivir/Sumak kawsay. *Contribuciones desde Coatepec* (31). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28150017005>
- Carracedo Villegas, G. (2019). *La inserción laboral de las mujeres asalariadas del Gran Mendoza en el año 2017*. Ponencia Jornadas de Jóvenes Investigadores AUGM en Mendoza, 2018. <https://bdigital.uncu.edu.ar/12585>
- Castel, R. (1997). *La metamorfosis de la cuestión salarial. Crónica del salariado*. Paidós.
- Centro de Referencia Mendoza MDSN. (2022) Registro de comercializadoras y ferias de alimentos de la Economía Social y Popular de Mendoza. [Archivo PDF].
- Chalmers, A. (2000). *Qué es esa cosa llamada ciencia*. Siglo XXI editores.
- Constitución de la Nación Argentina. Artículo 75, inc. 22.
- Coordinación Europea Vía Campesina. (2018). *¡Soberanía alimentaria ya! Una guía por la soberanía alimentaria* [Archivo PDF]. <https://viacampesina.org/es/soberania-alimentaria-ya-una-guia-detallada/>
- Coraggio, J.L. (2011). *Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital*. Ediciones Abya Yala.
- Coraggio, J.L., Cattani, A.D. y Laville, J.L. (2013). *Diccionario de la otra Economía*. Universidad Nacional de General Sarmiento.

- Cortese, C., Llano, M.C, Bauzá, J., Bertolotti, M.F., Carabaca, C., Espeche, L.G., Jara, L.E., Jiménez, M.A., Lucero, M.L., Ortubia, E.C., Perelli, M.P., Raía, M.L., Rojo, R., Salatino, M.N., Tapia Serrano, M. (2016). Características de la precariedad laboral en los sectores privado y público de la Provincia de Mendoza (2003/2015). *Observatorio Laboral*, Informe N° 13, diciembre, pp. 27-35.
- Cortese, L., Fernández, D., Jara, L. y Pérez, M.V. (2004). *Política social y política económica: la articulación necesaria para incidir en los niveles de pobreza* [Ponencia]. VI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Cortina, A. (2002). *Por una ética del consumo: la ciudadanía del consumidor en un mundo global*. Taurus.
- De Freitas Netto, S.V., Falcao Sobral, M.F., Bezerra Ribeiro, A.R. y da Luz Soares, G.R. (2020). Concepts and forms of greenwashing: a systematic review. *Environmental Science Europe*, 32 (19), pp. 1-12.
- Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre (OEA, 1984). Artículo XI.
- Declaración Universal de los Derechos Humanos (ONU, 1948). Artículo 25.
- Defourny, J. (2013). Economía Social. En J.L. Coraggio, A.D Cattani y J.L. Laville. (Eds.), *Diccionario de la otra Economía*, (pp. 163-169). Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas (DEIE, 2021). Informe anual. Encuesta de Condiciones de Vida. 2021. <https://deie.mendoza.gov.ar/#!/repositorio-de-novedades/encuesta-de-condiciones-de-vida-informe-anual-2021-367>
- ENNyS, Ministerio de Salud y Desarrollo Social Argentina. (2019). *Resumen Ejecutivo 2da Encuesta Nacional de Nutrición y Salud. Septiembre de 2019*. <https://bancos.salud.gob.ar/recurso/2deg-encuesta-nacional-de-nutricion-y-salud-indicadores-priorizados>
- Escoto Castillo, A.R. (2010). *Precariedad laboral y juvenil en El Salvador, 2003-2007*. [Tesis de Maestría en Población y Desarrollo, FLACSO México]. Repositorio FLACSO Andes.
- Esquivel, V. (2015). La Economía Feminista desde América Latina: ¿Una vía para enriquecer los debates de la Economía Social y Solidaria? En C. Verschuur, I. Guérin e I.

- Hillenkamp, *Une économie solidaire peut-elle être féministe? Homo oeconomicus, mulier solidaria* (pp. 32-49). L'Harmattan.
- Etzezarreta Etxarri, E. (2021). Economía social en Euskadi: relato común. En A. Mugarra Elorriaga, *Relato sobre la Economía Social en el País Vasco*, (pp. 19-43). Editorial Dykinson.
- Fachinetti Guillén, M.A. (2016). Economía Social y Solidaria. Contribuciones de las organizaciones al desarrollo económico en la ciudad de Neuquén [Archivo PDF]. Mendoza. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo. <https://www.relatsargentina.com/documentos/RA.1-ESS/RELATS.A.ESS.Fachinetti.pdf>
- Falappa, M.B., Lamy, M. y Vázquez, M. (2019). *De una Economía Lineal a una Circular, en el siglo XXI. Análisis realizado en la sociedad mendocina, 2019*. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo.
- FAO, FIDA, OMS, PMA y UNICEF. (2022). *El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2022. Adaptación de las políticas alimentarias y agrícolas para hacer las dietas saludables más asequibles*. Roma, FAO. <https://doi.org/10.4060/cc0639es>
- Federici, S. (2018). *El patriarcado del salario. Críticas feministas al marxismo*. Tinta Limón.
- Ferrajoli, L. (2007). *Principia iuris. Teoría del derecho y la democracia. Tomo II: Teoría de la democracia*. Editorial Trotta.
- Fukuyama, F. (1992). *El fin de la Historia y el último hombre*. Planeta.
- Fundación Interamericana del Corazón [FIC] y UNICEF (2023). *Reporte de resultados 2023. Situación alimentaria de niños, niñas y adolescentes en Argentina. ¿Dónde estamos y a dónde vamos?* <https://www.unicef.org/argentina/informes/situacion-alimentaria-de-ninios-ninias-y-adolescentes>
- Gallo, M. y Jurado, E. (27-28 de agosto de 2015). *El campo de la Economía Social y Solidaria en Río Negro y Mendoza. Políticas públicas y espacio en la construcción de alternativas socio-económicas al capital* [Ponencia]. II Jornadas de Sociología, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza. Mesa 8: Economía Social y Solidaria: del neoliberalismo a la década larga. Avances, límites y desafíos. <https://bdigital.uncu.edu.ar/fichas.php?idobjeto=8026>
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.

- García Canclini, N. (2021). Clase expositiva 5: Consumismo y consumo [Archivo de Video]. Youtube. [https://www.youtube.com/watch?v=RttS7sL3wg0&ab\\_channel=Abril18](https://www.youtube.com/watch?v=RttS7sL3wg0&ab_channel=Abril18)
- González, F. (s.f). *Economía Social y Consumo Responsable: Dos caras de una misma moneda*. Programa Amartya Sen “Programa Nacional de Formación en Ética para el Desarrollo”. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.  
<http://economicas.unlz.edu.ar/nuevosite/doc/pas/ECONOMIASOCIALYCONSUMORESPONSABLE.pdf>
- Guarco, A. (2022). Hoy las cooperativas somos responsables del 10% del PBI y queremos ser el del 30. En W. Uranga, M. Barrientos, W. Isaía y M. Limas, *Por un futuro en común. Diálogos sobre economía cooperativa, popular, social y solidaria*. Huvaiti Ediciones.
- Gudynás, E. (2011). Buen vivir: Germinando alternativas al desarrollo. [Archivo PDF]. <https://www.gudynas.com/publicaciones/articulos/GudynasBuenVivirGerminandoALAI11.pdf>
- Guil Bozal, A. (2008). Mujeres y ciencia: techos de cristal. *EccoS Revista Científica*, 10(1), pp. 213-232. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71510111>
- Iglesia González, G. *De la economía lineal a la circular: la logística inversa y la sostenibilidad de la cadena de suministro como elementos fundamentales del cambio* [Trabajo de fin de grado]. Facultad de Empresa y Economía. Universidad de Zaragoza.
- Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES). (2019). Actualización Nacional de datos de Cooperativas y mutuales.
- Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES). (2023). Registro Nacional de Empresas Recuperadas. <https://www.argentina.gob.ar/inaes/registro-nacional-de-empresas-recuperadas>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). (2011). *Encuesta Permanente de Hogares. Conceptos de Condición de Actividad, Subocupación Horaria y Categoría Ocupacional* [Archivo PDF]. [https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/menu superior/eph/EPH\\_Conceptos.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/menu superior/eph/EPH_Conceptos.pdf)
- Izurieta Guevara, M. (2019). *Reflexiones sobre consumo crítico: Aportes para entender el consumo consciente de los llamados productos ecológicos*. Boletín Spondylus. Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador.

<https://www.uasb.edu.ec/papers/reflexiones-sobre-consumo-critico-aportes-para-entender-el-consumo-consciente-de-los-llamados-productos-ecologicos-id38036/>

Jácome, H. y Páez, J. (2014). *Desafíos para la Economía Social y Solidaria de la región: una mirada desde la realidad del Ecuador*. III Cumbre Cooperativa de las Américas. Documento Eje 2: Innovación para la Transformación Social.

Jurado, E. (22 de septiembre de 2020). Comercialización de alimentos: desafíos para la Economía Popular y Solidaria. *Unidiversidad*.  
<http://www.unidiversidad.com.ar/comercializacion-de-alimentos-desafios-para-la-economia-popular-y-solidaria>

Kusnir, L. (1996). *La política social en Europa*. Miguel Ángel Porrúa Grupo Editorial.

La Vía Campesina. Movimiento Campesino Internacional. (16 de noviembre de 2021). 1996: *Declaración de Roma de La Vía Campesina que define por primera vez la Soberanía Alimentaria*. <https://viacampesina.org/es/1996-declaracion-de-roma-de-la-via-campesina-que-define-por-primera-vez-la-soberania-alimentaria/>

La Vía Campesina. Movimiento Campesino Internacional. (2022). *La Vía Campesina: Un movimiento de movimientos y la voz global de lxs campesinxs que alimentan el mundo*. <https://viacampesina.org/es/la-via-campesina-la-voz-las-campesinas-los-campesinos-del-mundo/>

Lag, N. (27 de octubre de 2021). Ley de Etiquetado: el debate, la aprobación y los pasos que siguen. *Tierra Viva*. <https://agenciaterraviva.com.ar/ley-de-etiquetado-el-debate-la-aprobacion-y-los-pasos-que-siguen/>

Lahire, B. (2006). *El espíritu sociológico*. Manantial.

Laville, J. L., (2004). *Economía Social y Solidaria. Una visión europea*. Altamira.

Laville, J.L y Gaiger, L.I. (2013). Economía Solidaria. En J.L. Coraggio, A.D Cattani y J.L. Laville. (Eds.), *Diccionario de la otra Economía*, (pp. 169-178). Universidad Nacional de General Sarmiento.

Lechner, N. (1990). *Los patios interiores de la democracia. Subjetividad y Política*. Fondo de Cultura Económica.

Lenin, V.I. (1974). *Carlos Marx: breve esbozo biográfico. Federico Engels. Tres fuentes y tres partes integrantes del marxismo. Marxismo y revisionismo*. Serie cuadernos. Editorial Anagrama.

Ley nacional N° 27.545 de Fomento de la Competencia en la Cadena de Valor Alimenticia. Argentina.

Ley nacional N°27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable. Marzo de 2022. Argentina.

Ley provincial N° 8.435 de Promoción de la Economía Social y Solidaria. 3 de diciembre de 2013. Mendoza. Argentina

Lyotard, J.F. (1979). *La condición postmoderna: Informe sobre el saber*. Ediciones Cátedra.

Maldován Bonelli, J. (2018). *La economía popular: debate conceptual de un campo en construcción* (compilado por E. Moler). Editorial Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo (UMET).

Mancé, E. (2013). Consumo solidario. En J.L. Coraggio, A.D Cattani y J.L. Laville. (Eds.), *Diccionario de la otra Economía*, (pp. 169-178). Universidad Nacional de General Sarmiento.

Marques, T. y Roldán, M. (2020) Una reflexión crítica acerca del paradigma del “Buen Vivir” como alternativa al modelo de desarrollo. *Revista de Filosofía Universidad de Costa Rica*, 59 (154), pp. 59-67. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/117232>

Marradi, A., Archenti, N., Piovani, J. (2012). *Metodología de las ciencias sociales*. Cengage Learning.

Marx, K. (1984). *Introducción general a la Crítica de la Economía Política/1857*. Cuadernos de Pasado y Presente.

Ministerio de Desarrollo Social Argentina (MDSN) y ReNATEP. (2022). *Principales características de la economía popular registrada. Informe noviembre 2022*. <https://www.argentina.gob.ar/desarrollosocial/renatep>

Ministerio de Desarrollo Social Argentina (MDSN) y ReNATEP. (2022). *Características laborales y productivas en la economía popular. Informe abril 2022*. <https://www.argentina.gob.ar/desarrollosocial/renatep>

Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, Argentina. (2023). <https://www.argentina.gob.ar/desarrollosocial>

Ministerio de Salud, Desarrollo Social y Deportes. Subsecretaría de Desarrollo Social. (2022). *Informe anual 2022, Dirección de Economía Social y Asociatividad*. <https://www.mendoza.gov.ar/desarrollosocial/capacitacion/>

- Monteiro, C.A., Cannon, G., Lawrence, M., Costa Louzada, M.L. y Pereira Machado, P. (2019). *Ultra-processed foods, diet quality, and health using the NOVA classification system*. Roma, FAO. <https://www.fao.org/3/ca5644en/ca5644en.pdf>
- Morandé Lavín, F. (2016). A casi tres décadas del Consenso de Washington ¿Cuál es su legado en América Latina? *Estudios Internacionales*, 48 (185), pp. 31-58. <https://doi.org/10.5354/0719-3769.2016.44553>
- Mutuberría Lazarini, V. (7 de febrero de 2014). Consumo y Economía Social. *Periódico ACCIÓN*. <https://www.centrocultural.coop/blogs/cooperativismo/2017/07/09/consumo-y-economia-solidaria>
- Napoleoni, C. (1962). *Diccionario de Economía Política*, Ediciones Castilla.
- Neffa, J.C., Oliveri, M.L.; Persia, J., Trucco, P. (2010). *La crisis de la relación salarial: naturaleza y significado de la informalidad, los trabajos, empleos precarios y los no registrados*, CEIL-PIETTE. Empleo, desempleo & políticas de empleo. <http://www.ceil-conicet.gov.ar/publicaciones/empleo-desempleo-y-politicas-de-empleo/>
- Nova Laverde, M., Rojas Chávez, M. y Ramírez Vanegas, Y.V. (2019). Análisis de narrativas sobre el desarrollo: “Seguridad Alimentaria” y “Soberanía Alimentaria” en Colombia y Bolivia. *Prospectiva*, (28), pp. 317-359. <https://doi.org/10.25100/prts.v0i28.6746>
- Obschatko, E. Foti, M.P. y Román, M (2007). *Los pequeños productores en la República Argentina. Importancia en la producción agropecuaria y en el empleo en base al Censo Nacional Agropecuario 2002*. Secretaría Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos. Dirección de Desarrollo Agropecuario: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura Argentina.
- Observatorio Económico Regional Urbano (OERU) Facultad de Ciencias Económicas, UNCuyo. (2022). Informe mensual sobre inflación en Mendoza y Argentina. Octubre 2022.
- Observatorio Social de América Latina [OSAL]. (2007). Documentos Año VII, N°21. *Movimientos sociales: nuevas realidades, nuevos desafíos*. Colección OSAL, CLACSO.
- Ordoñez, P. (20 de mayo de 2021). Clase 7 (invitado) de la Cátedra de Economía Social y Solidaria, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza [Archivo de video]. Youtube.

[https://www.youtube.com/watch?v=WMIhIEI5pG0&ab\\_channel=CEESUNCUYOCEESUNCUYO](https://www.youtube.com/watch?v=WMIhIEI5pG0&ab_channel=CEESUNCUYOCEESUNCUYO)

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO]. (2011). Unidad para el Derecho a la Alimentación. *¿Qué es el derecho a la alimentación?* [Archivo PDF].

Oszlak, O. y O'Donnell, G. (2011). Estado y políticas estatales en América Latina: Hacia una estrategia de investigación, en C.H Acuña (Ed.), *Lecturas sobre el Estado y las políticas públicas: Retomando el debate de ayer para fortalecer el actúa*. Buenos Aires, Proyecto de modernización del Estado, Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación, Argentina.

Our world in data. (2023). Datos sobre uso de energía por persona, año 2021. <https://ourworldindata.org/energy>

Pérsico, E. y Grabois, J. (2014). *Nuestra realidad. Cuadernos de formación para trabajadores, militantes, delegados y dirigentes de organizaciones populares*. [Archivo PDF]. CTEP - Asociación Civil de los Trabajadores de la Economía Popular. <https://ctepargentina.org/descargas/1.pdf>

Piatti, M. (2021). Apunte de Cátedra. Introducción a la Economía Social y Solidaria. Universidad Nacional del Rosario [Archivo PDF]. <https://rehip.unr.edu.ar/handle/2133/22322>

Pol, A., Guilló, M. y Maradona, G. (2015). Precariedad laboral en el Gran Mendoza: un análisis de sus dimensiones. *Observatorio Laboral*, Informe N°12, octubre, pp. 27-38.

Portantiero, J.C. (1982). *Los usos de Gramsci*. Folio Ediciones.

Posso Ordoñez, R. (2014). Conceptos y principios de Economía y metodologías utilizadas en la Investigación económica. *Tendencias*, 15 (1), pp. 228-241. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4820645>

Poyrier, Y. (2014). Economía social solidaria y sus conceptos cercanos. Orígenes y definiciones: una perspectiva internacional. [Archivo PDF]. [https://www.socioeco.org/bdf\\_auteur-20\\_es.html](https://www.socioeco.org/bdf_auteur-20_es.html)

Proyecto de modificación de la Ley provincial N°8435. [Archivo PDF]. Mendoza. Argentina

Real Academia Española. (s.f.). Circuito. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 5 de noviembre de 2022, de <https://dle.rae.es/circuito>

- Registro de Unidades de la Economía Social y Solidaria (RUESyS). (2022). Dirección de Economía Social y Asociatividad. Ministerio de Salud, Desarrollo Social y Deportes. Mendoza.
- Rivera Cusicanqui, S. (6 de octubre de 2015). Entrevista realizada por Rolando Carvajal. Rebelión. <https://rebellion.org/silvia-rivera-el-vivir-bien-se-transformo-en-palabra-hueca/>
- Roche Cárcel, J. A. (2016). El incierto sentido del trabajo en la sociedad de riesgo global. *Barataria. Revista Castellano-Manchega De Ciencias Sociales*, (15), pp. 207-226. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i15.93>
- Roche Cárcel, J.A. (2013). El incierto sentido del trabajo en la sociedad de riesgo global. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*. Nº 15, pp. 207-226.
- Rodríguez Enríquez, C. (2015). Economía feminista y economía del cuidado. Aportes conceptuales para el estudio de la desigualdad. *Nueva Sociedad* (256), pp. 30-44.
- Rodríguez, B. y Weintraub, E. (2021). *La generación despierta*. Alfaguara.
- Roitman, R. (15 de abril de 2021). Clase brindada en la Cátedra de Economía Social y Solidaria. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional de Cuyo.
- Roitman, R. (2016). *De qué hablamos cuando hablamos de Economía Social*. Marcos Mattar Ediciones. [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/8617/libro-ess-completo.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8617/libro-ess-completo.pdf)
- Román Sánchez, Y.G. (2013). Impactos sociodemográficos y económicos en la precariedad laboral de los jóvenes en México. *Región y sociedad*, 25(58), pp. 165-202. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-39252013000300006&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252013000300006&lng=es&tlng=es).
- Sarandón, S. (2002). *Agroecología. El camino hacia una agricultura sustentable*. Ediciones Científicas Americanas.
- Sarria Icaza, A. M. y Tiribia, L. (2004). Economía popular. En A.D Cattani (Ed.), *La otra economía*. (pp. 173-187). Editorial Altamira/Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Sautu, R. (1999). Estilos y prácticas de la investigación biográfica. En R. Sautu (Comp.), *El método biográfico* (pp. 21-60). Lumiere Ediciones.
- Sistema Argentino de Información Jurídica [SAIJ] e INFOJUS-Información jurídica para todas las leyes nacionales citadas.

- Svampa, M. (2013). El Consenso de los Commodities y lenguajes de valoración en América Latina. *Nueva sociedad*, 244 (4-2013), pp. 30-46. <https://nuso.org/articulo/consenso-de-los-commodities-y-lenguajes-de-valoracion-en-america-latina/>
- Svampa, M. (2017). *Del cambio de época al fin del ciclo. Gobiernos progresistas, extractivismo y movimientos sociales en América Latina*. Edhasa.
- Taylor, S.J y Bogdan, R. (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados. Paidós.
- Torres, M.A (2020). La regulación jurídica de la Economía Social y Solidaria en Brasil y Argentina. Algunas consideraciones. *Revista de la Facultad*, XI (N°1), pp. 205-236.
- Verde, E. (2022). El consumo es un buen lugar donde pararnos para cuestionar el modelo de sociedad. En W. Uranga, M. Barrientos, W. Isaía y M. Limas, *Por un futuro en común. Diálogos sobre economía cooperativa, popular, social y solidaria*. Huvaiti Ediciones.

# Anexos

## Guía de entrevista Consumidores

### Presentación

Mi nombre es Paloma Linares, estoy haciendo mi tesis de Licenciatura en Sociología en la FCPyS UNCuyo, estudiando el consumo dentro del circuito de la ESSyP de Mendoza.

En este marco, estoy entrevistando a consumidores frecuentes de productos de la ESSyP, referentes de comercializadoras y agentes estatales que trabajan en este ámbito.

La idea es que la entrevista no dure más de una hora y que puedas plasmar tus opiniones cómodamente. La entrevista es anónima, por lo tanto, los datos o diálogos no podrán relacionarse el/la entrevistado/a.

Quisiera preguntarte además, si puedo grabarla, para facilitar el trabajo posterior.

Comencemos...

### EJE 1: PROBLEMATIZACIÓN DEL CONSUMO

1. De manera general y pensando en el contexto actual en el que vivimos, ¿cómo pensás al consumo? (Ej: hoy se está cuestionando más el rol del consumidor, los hábitos y buenas prácticas de consumo, consumismo, etc)
2. ¿Por qué empezaste a consumir productos de la ESSyP?
3. ¿Problematizás tu consumo? Es decir, ¿pensás a quién comprarle, planificás tus compras, armas redes con otras personas cercanas?

4. ¿Qué pensás que implica poder consumir productos de la ESSyP? ¿Qué factores posibilitan u obstaculizan su acceso?
5. ¿Encontrás dificultades a la hora de consumir en la ESSyP?
  - 5.1. En caso de que sí, ¿Con qué factores están relacionadas estas dificultades? ¿Podrías explicarlos?
6. ¿Conocés el concepto de soberanía alimentaria?
  - 6.1. En caso de que si, ¿Encontrás alguna relación entre la soberanía alimentaria y la ESSyP?
7. ¿Hay otras nociones/conceptos que te interesa rescatar dentro de este campo? Ej: comercio justo, agroecología, economía circular, economía sustentable.

### EJE 2: COMERCIALIZADORAS

8. ¿Dónde comprás los alimentos o productos provenientes de la ESSyP habitualmente?
9. ¿Cómo y por qué has elegido ese lugar de compra? ¿Con qué está relacionado? Ej: relacionado con factores de cercanía geográfica, precios, comodidad, valores, formación?
10. ¿De qué manera organizás tus compras a la ESSyP?
11. ¿Qué creés que las comercializadoras podrían mejorar o cambiar para promover el consumo de sus productos?

### EJE 3: ROL DEL ESTADO

12. ¿Qué rol ocupa el Estado en el campo de la ESSyP?
13. ¿Conocés los organismos públicos que trabajan en materia de Economía Social a nivel nacional y provincial?
14. ¿Conocés alguna estrategia de promoción o fortalecimiento del consumo de productos de la ESSyP por parte del Estado? Ejemplo: Catálogo de la Economía Social, Ley de Góndolas
  - 15.1. En caso de que sí, ¿cómo las evaluarías?
15. ¿Identificás alguna forma de intervención estatal que obstaculice/frene el acceso al consumo dentro de la ESSyP?
16. ¿Crees necesaria alguna otra intervención estatal respecto al consumo y a la comercialización de productos de la ESSyP? ¿Propondrías una?
17. ¿Deseas agregar algo más?

## Guía de entrevista Agentes estatales (funcionarios del Estado que trabajan en áreas de ESSyP)

### Presentación

Mi nombre es Paloma Linares, estoy haciendo mi tesis de Licenciatura en Sociología en la FCPyS UNCuyo, estudiando el consumo dentro del circuito de la ESSyP de Mendoza.

En este marco, estoy entrevistando a consumidores frecuentes de productos de la ESSyP, referentes de comercializadoras y agentes estatales que trabajan en este ámbito.

Para la investigación, me he centrado principalmente en el rubro alimentario, pero esto no excluye otros productos de la ESSyP que se comercializan (artesanías, productos de limpieza, servicios, etc).

La idea es que la entrevista no dure más de una hora y que puedas plasmar tus opiniones cómodamente. La entrevista es anónima, por lo tanto, los datos o diálogos no podrán relacionarse el/la entrevistado/a. Sin embargo, sí será necesario relacionar la entrevista con el área del Estado en la que trabajás.

Quisiera preguntarte además, si puedo grabarla, para facilitar el trabajo posterior.

### EJE 1: PROBLEMATIZACIÓN DEL CONSUMO

1. De manera general y pensando en el contexto actual en el que vivimos, ¿cómo pensás al consumo? ¿Qué entienden por consumo? (Ej: hoy se está cuestionando más el rol del consumidor, los hábitos y buenas prácticas de consumo, etc)

#### Respecto al consumo dentro de la ESSyP...

2. ¿Cómo lo conceptualizás? ¿Cómo lo describirías? ¿Qué rol cumple?
3. ¿Qué lugar le otorgás al consumo dentro de la ESSyP, respecto a la producción, por ejemplo?
4. ¿Qué implica consumir productos de este circuito? ¿Pensás que existen factores o determinantes estructurales que posibilitan el consumo de productos de la ESSyP? (ejemplo: cercanía geográfica, precios, comodidad, disponibilidad de auto, clase social, nivel educativo?)
5. ¿Pensás que existen dificultades para poder consumir productos de la ESSyP? ¿Qué factores obstaculizan este consumo?

#### Respecto a la soberanía alimentaria....

6. ¿La soberanía alimentaria es un concepto que trabajan o incluyen dentro del área del Estado en el que trabajás?
7. ¿Cómo hace un país/una provincia para tener soberanía alimentaria?
8. ¿Qué tareas tiene la ESSyP en ese camino? ¿Qué relaciones encontrás?
9. ¿Hay otras nociones/conceptos en los cuales se basan o referencian desde área en la que trabajás? Ej: comercio justo, agroecología, precios justos.

## EJE 2: COMERCIALIZADORAS

10. Respecto a las comercializadoras de la ESSyP que funcionan en Mendoza, ¿qué rol pensás que tienen en el acceso al consumo?
11. ¿Qué herramientas o factores pueden promover las comercializadoras para lograr un mayor acceso al consumo de sus productos?
12. ¿Reconocés alguna diferencia en los grados de organización y logística entre comercializadoras?
  - 12.1. En caso de que sí, ¿Qué efectos pensás que pueden tener estos distintos grados de organización en el consumo?

Ahora bien, pasemos específicamente al trabajo diario dentro de un área estatal abocada al campo de la ESSyP que hacés...

## EJE 3: ROL DEL ESTADO

13. ¿Qué rol pensás que ocupa el Estado en la ESSyP?
14. ¿Qué herramientas o estrategias de promoción o fortalecimiento del consumo de productos de la ESSyP desde tu área?
15. ¿Qué obstáculos, falencias, dificultades, ausencias encontrás en las políticas estatales de comercialización y consumo de la ESSyP vigentes?
16. ¿Qué modificaciones a las políticas vigentes crees necesarias/fundamentales?
17. ¿Qué presupuestos manejan respecto a otras áreas? ¿Qué lugar pensás que se le da, dentro del aparato estatal, a la ESSyP, en términos de inversión, prioridad de agenda frente a otras problemáticas?
18. ¿Qué lugar le otorgás al consumo dentro de la ESSyP, respecto a la producción, por ejemplo?
19. ¿Identificás alguna forma de intervención estatal que obstaculice el acceso al consumo dentro de la ESSyP?

20. ¿Identificás alguna política pública en la que el Estado favorezca a otros sectores en términos productivos, de comercialización y consumo?
21. ¿Deseas agregar algo más?

## Guía de entrevista Referentes de comercializadoras

### Presentación

Mi nombre es Paloma Linares, estoy haciendo mi tesis de Licenciatura en Sociología en la FCPyS UNCuyo, estudiando el consumo dentro del circuito de la ESSyP de Mendoza.

En este marco, estoy entrevistando a consumidores frecuentes de productos de la ESSyP, referentes de comercializadoras y agentes estatales que trabajan en este ámbito.

Para la investigación, me he centrado principalmente en el rubro alimentario, pero esto no excluye otros productos que se comercializan (artesanías, productos de limpieza, servicios, etc).

La idea es que la entrevista no dure más de una hora y que puedas plasmar tus opiniones cómodamente. La entrevista es anónima, por lo tanto, los datos o diálogos no podrán relacionarse con el/la entrevistado/a. Lo que me interesa rescatar aquí es la problematización que tienen dentro de la comercializadora a nivel general. Quisiera saber, en ese caso, si puede publicarse el nombre de la comercializadora.

Quisiera preguntarte además, si puedo grabarla, para facilitar el trabajo posterior.

Comencemos...

### EJE 1: PROBLEMATIZACIÓN DEL CONSUMO

1. De manera general primero, y pensando en el contexto actual en el que vivimos, ¿cómo piensan al consumo dentro de la comercializadora? ¿Qué entienden por consumo? (Ej: hoy se está cuestionando más el rol del consumidor, los hábitos y buenas prácticas de consumo, etc)
2. ¿Qué lugar le otorgan al consumo dentro de la ESSyP, respecto a la producción, por ejemplo?
3. ¿Los miembros de la comercializadora consumen sus propios productos? ¿Hay una unión entre producción y consumo? ¿Los productores consumen otros productos que se venden aquí?
4. ¿Qué pensás que implica poder consumir productos de la ESSyP? ¿Qué factores posibilitan u obstaculizan su acceso?
5. ¿Pensás que existen dificultades para poder consumir productos de la ESSyP? ¿Cuáles?

6. ¿Desde la comercializadora, se basan en el concepto de soberanía alimentaria?  
¿Qué relación encuentran entre la soberanía alimentaria y la ESSyP?
7. ¿Hay otras nociones/conceptos que te interesa rescatar dentro de este campo, o con el cual se referencien como comercializadora? ¿Qué concepciones son importantes para ustedes? Ej: comercio justo, agroecología, cooperativismo.

## EJE 2: COMERCIALIZADORAS

8. Como comercializadora, ¿piensan que existen factores o determinantes estructurales que inciden en la posibilidad de consumir productos de la ESSyP? (ejemplo: cercanía geográfica, precios, comodidad, disponibilidad de auto, clase social, nivel educativo) ¿Creen que estos factores tienen que ver con el consumo?
9. ¿Qué obstáculos encuentran respecto a la comercialización y al acceso al consumo de productos de la ESSyP?
10. Como comercializadora, ¿encuentran diferencias entre su clientela? ¿Realizan algún tipo de segmentación de productos respecto al tipo de cliente?
11. ¿Buscan alcanzar nuevos mercados meta, es decir, nuevos consumidores?
  - 11.1 En caso de que sí, ¿cuál es potencial consumidor/cliente objetivo? ¿por qué?
  - 11.2 ¿Creen que hay un problema respecto a las posibilidades de acceder al consumo?
12. ¿Cómo las comercializadoras pueden facilitar o promover el consumo? ¿A través de qué herramientas?
13. Como comercializadora, ¿han desarrollado estrategias para la promoción del consumo?
  - 13.1. En caso de hacerlo, ¿cuáles son estas estrategias?/ En caso de no hacerlo, ¿las consideran necesarias?
  - 13.2. ¿Por qué motivos decidieron desarrollarlas? ¿Cómo lo hicieron?
  - 13.3. ¿Qué prioridad tienen las estrategias para promover el consumo en la comercializadora?
  - 13.4 ¿Consideran necesario realizar cambios/mejorar las estrategias existentes? ¿De qué manera, qué herramientas hacen falta?
14. ¿Reconocés alguna diferencia en los grados de organización y logística respecto a otras comercializadoras?

14.1. En caso de que sí, ¿Qué efectos pensás que pueden tener estos distintos grados de organización en el consumo? En la facilitación del consumo, en lograr un mayor acceso...

Vamos a pasar ahora a pensar la relación del Estado respecto a la comercialización y al consumo de alimentos dentro de la ESSyP..

### EJE 3: ROL DEL ESTADO

15. ¿Qué rol pensás que ocupa el Estado dentro de la ESSyP?
16. ¿Con qué organismos públicos que trabajan en materia de Economía Social a nivel nacional y provincial han tenido relación?
17. ¿Conocés alguna estrategia de promoción o fortalecimiento del consumo de productos de la ESSyP por parte del Estado? Ejemplo: programa de microcréditos, ReNaTEP, Catálogo de la Economía Social, Ley de Góndolas.
  - 17.1. En caso de que sí, ¿cómo las evaluarías?
18. Como comercializadora, ¿han accedido a algún programa del Estado de promoción a la comercialización de productos de la ESSyP? ¿Conocen alguna política de fomento al consumo de productos de la ESSyP?
  - 18.1. En caso de que sí, ¿Cómo han impactado en la comercializadora?
19. ¿Identificás alguna forma de intervención estatal que obstaculice el acceso al consumo de productos de la ESSyP?
20. ¿Crees necesaria alguna modificación de las políticas vigentes en la ESSyP u otra intervención estatal respecto a la promoción del consumo y a la comercialización dentro de la ESSyP? ¿Propondrías alguna?
21. ¿De qué forma visibilizan sus reclamos, preocupaciones para ser escuchados por el Estado, con el fin de que se conviertan en políticas?
22. ¿Cómo construyen una economía que no está totalmente determinada por la ganancia?
23. ¿Deseas agregar algo más?

## **Mapeo de actores (Figura 6)**

Ver en página siguiente

### COMERCIALIZADORAS Y FERIAS DE ALIMENTOS

- El Arca
- Almacén Campesino
- El Almacén Andante
- Posta Campesina
- Feria Franca Tunuyán
- Tomero Almacén
- CONSUMEN
- AFAI
- VIDA FERIA
- BIO FERIA
- Mercado Colectivo
- Colonia Bombal
- MECOPO
- La Nueva Lagunita
- COTRAAVI
- Tierras del Este
- Crece desde el Pie

### ESTADO NACIONAL

Centro de Referencia Mendoza  
Ministerio de Desarrollo Social

Secretaría de Agricultura Familiar,  
Campesina e Indígena (SAFCI Mendoza)

Centro de Economía Popular  
(CEP)

INTA

### ASOCIACIONES, FUNDACIONES Y REDES

Entre ellas

- Gestión Nativa
- Red regional de Recreación
- Foro Nuevo Cuyo
- Recuperando Raíces
- AgroJusto

### ACERM (Asociación de Cooperativas Empresas Recuperadas Mendoza)

- Gráficos Asociados
- La Nueva Lagunita
- Olivícola Tropero Sosa
- Cooperativa La Terre
- Capdeville
- Cerámica Cuyo
- Oeste Argentino

### MEDIOS COMUNITARIOS (COMECUCO)

Radios y canales: Tierra Campesina, Cuyum, La Mosquitera, Sin Dueño, El Algarrobal, la Pujante, La Paquita, La Leñera, El Nevado, La Colectiva, GiraMundo TV y Canal 34 TV

## MAPEO DE ACTORES ESSyP | Mendoza

### FORO DE ECONOMÍA SOCIAL

### ORGANIZACIONES, SINDICATOS Y MOVIMIENTOS SOCIALES

- UTEP:  
CCC+CTEP+Barrios de Pie+ Frente Popular Darío Santillán
- Movimiento Evita
- Nuestra América
- Frente de Asambleas en Lucha (FOL)
- MNCI
- UST
- La Poderosa

### ESTADO PROVINCIAL

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA SOCIAL Y ASOCIATIVIDAD

Ministerio de Salud, Desarrollo Social y Deportes

DIRECCIÓN DE COOPERATIVAS  
Ministerio de Economía y Energía

### MUTUALES

### UNCUYO

Centro de Estudios de Economía Social (CEES)-FCPYS

Programa Economía Social y Ambiente

### COOPERATIVAS

Entre ellas:

- Curtidores de Mendoza LTDA
- Fernanda Toledo
- Germinar
- COREME
- Revivir LTDA
- COOPAFES
- Ayllú
- Uqueños

### CONSUMIDORES: Empresas, Estado y familias

IDR

IDC

Áreas de Economía Social de los municipios

DIRECCIÓN DE EMPRENDEDORES  
Ministerio de Economía y Energía

DIRECCIÓN DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO  
Ministerio de Economía y Energía