

# ***Capítulo***

## ***Sistematización de los talleres de los Encuentros Nacionales Red de Mercados de Cercanía***

*Chapadmalal, 2022*

*Embalse, 2023*

# Equipo de Trabajo

## ***Equipo de elaboración del Capítulo***

*Coordinación:* Rodolfo Pastore (UNQ),

Martín Garo (UNQ). Emanuel Jurado e Ignacio García Mackern (UNCuyo).  
María Dulce Henríquez Acosta (UNRN). Natalia Stein (UNPAZ). Romina Bocco  
(UNC). Santiago Odriozola (UNM)

## ***Equipo de coordinación y sistematización de los talleres***

Altschuler, Barbara (UNQ); Arias, Melanie (UNM); Avellaneda, Arturo (Asociación Mutual Sentimiento); Basterrechea, Marcela (UNM); Blank Pablo (MNCI); Berra, Silvia (INAES); Bocco, Romina (UNC); Borgna, Graciela (Alta Red); Cardozo, Nelly (UNQ); Cendon, María Laura (INTA); Cerviño, Pedro (Coop. CECOPAF); Céspedes, Stella (SACRA); Chiroque, Henry (UNQ); Francescato, Claudia (Coop. La Unión Verde); Garo, Martín (UNQ); Girotti, María Soledad (MDS); Henríquez Acosta, María Dulce (UNRN); Manini, Natalia (MNCI-ST); Miranda, Elena (Mutual Conexión); Jurado, Emanuel (UNCuyo); Landriel, Ana Laura (Coop. de Trabajo Despiertavoces Ltda.); Lorusso, Agustín (UNVM); Odriozola, Santiago (UNM); Oviedo, Daniel (UNaM); Pastore, Rodolfo (UNQ); Rodríguez, Javier (CAUQueVa); Stein, Natalia (UNPAZ); Sciarretta, Vanessa (UNQ); Silva, María (UNM); Vidal, Matías (Red IVA), Viviani Gabriela (UNQ)

**Equipo del programa: Mauro, Mariana, Romina, otras/os**

## ***Proyectos de investigación-acción interuniversitarios***

- “Red universitaria para el fortalecimiento de políticas públicas y acciones colectivas en circuitos socioeconómicos alimentarios de la economía popular y cooperativa”, *Convocatoria PICTO-2022 REDES, Educación, trabajo y nuevas tecnologías*, Agencia I+D+I MINCyT.

- “Alternativas territoriales de circuitos socioeconómicos alimentarios de la economía popular, el cooperativismo y la agricultura familiar. Cooperación interuniversitaria federal con el Plan Argentina contra el Hambre”. *Programa “Ciencia y Tecnología contra el hambre”*, Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación (MINCyT)

# Entidades de pertenencia del equipo de trabajo

## ***Universidades públicas nacionales***

UNC:	Universidad Nacional de Córdoba
UNCuyo:	Universidad Nacional de Cuyo
UNPAZ:	Universidad Nacional de José C. Paz
UNaM:	Universidad Nacional de Misiones
UNM:	Universidad Nacional de Moreno
UNQ:	Universidad Nacional de Quilmes
UNRN:	Universidad Nacional de Río Negro
UNVM:	Universidad Nacional de Villa María

## ***Organismos públicos***

INAES:	Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social
INTA:	Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria
MINCyT:	Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación
MDS:	Ministerio de Desarrollo Social

## ***Organizaciones***

Asociación Mutual Sentimiento  
Alta Red - Federación de cooperativas comercializadoras  
CAUQueVa - Cooperativa Agropecuaria y Artesanal Unión Quebrada y Valles  
CECOPAF Cooperativa - Centro de Comercialización de Productos de la Agricultura Familiar  
Cooperativa de Trabajo Despiertavoces  
Cooperativa La Unión Verde  
Movimiento Nacional Campesino Indígena - Somos Tierra  
Mutual Conexión  
SACRA - Sindicato Argentino de Amas de Casa

# ÍNDICE

- 1. Introducción**
- 2. Flor de Encuentros**
- 3. Fortalezas y dificultades en la construcción mercados de cercanía**
- 4. Propuestas de Políticas públicas y de Acción colectiva para fortalecer y ampliar las experiencias**

# 1. Introducción

Este capítulo sistematiza el trabajo colectivo realizado en los talleres grupales de los dos *Encuentros Nacionales de la Red de Mercados de Cercanía*, realizados respectivamente el 1º Encuentro en Chapadmalal (Buenos Aires) en septiembre de 2022, y el 2º en Embalse (Córdoba) en mayo de 2023.<sup>1</sup>

Los mismos congregaron a una multiplicidad de experiencias de comercialización y circuitos socioeconómicos de la economía popular, social y solidaria (EPSS). En términos concretos, en el 1º *Encuentro* participaron 400 personas (trabajadoras, referentes o coordinadoras), provenientes de 21 provincias de distintas regiones de nuestro país, en representación de 165 experiencias de comercialización y circuitos de la EPSS. En el caso del 2º Encuentro participaron 300 personas, en representación de 150 experiencias, correspondientes a 17 provincias del territorio nacional. El nivel de representación de cada *Encuentro* ha sido significativo, si se considera que en total son 236 organizaciones inscriptas en el registro nacional vinculado a dicha Red. Las mismas cuentan con unos 660 puntos de venta de alimentos de la EPSS, organizados principalmente en ferias, almacenes, nodos, comercializadoras o distribuidoras, que a su vez participan o conforman redes, federaciones, centros de acopio o entramados territoriales<sup>2</sup>.

Las organizaciones e iniciativas que llevan adelante estas experiencias tienen una amplia trayectoria en el impulso y generación de canales y estrategias de comercialización más directa entre, por una parte, la agricultura familiar, cooperativa y campesina, y por otra, las familias y comunidades que buscan mejorar el acceso a un consumo alimentario a precios justos y de alimentos sanos, seguros y soberanos.

De allí la importancia de estos *Encuentros Nacionales* como espacios de reconocimiento, reflexión y proyección de ese amplio conjunto de experiencias que día a día construyen en diversidad de territorios, formas económicas y de comercialización alimentaria orientadas a garantizar el derecho a la alimentación, al trabajo y a un ambiente saludable para todas y todos.

Por ello, entre los objetivos que se plantearon estos Encuentros con la finalidad de intercambiar experiencias, visibilizar necesidades y crear estrategias comunes, se destacan los siguientes:

- i) visibilizar el sector de comercialización y construcción de circuitos socioeconómicos de la EPSS, afianzando el sentido de pertenencia a un espacio alternativo de producción y comercialización.
- ii) fomentar vínculos y redes regionales al interior del mismo, particularmente en lo que hace a las relaciones ampliadas de producción, comercialización y consumo saludable, justo y soberano.

---

<sup>1</sup> En adelante se designará alternativamente como “*Encuentro*” o “*Encuentro Nacional*”, con el respectivo número de 1º o 2º, así como “*la Red*” a la red de mercados de cercanías.

<sup>2</sup> La información sobre organizaciones inscriptas en la Red y puntos de venta fue suministrada en el encuentro de *Consejo de la Red de Mercados de Cercanía*, realizado el 18 de noviembre de 2022, donde entre los temas tratados se realizó una presentación preliminar de los primeros resultados de la sistematización del *Encuentro*. Ver <https://www.youtube.com/watch?v=6i5L3yoCHSY&list=PPSV>

iii) producir un documento que recoja las principales propuestas para potenciar al sector, desde el aporte de dichas experiencias a la construcción de sistemas alimentarios más saludables, sostenibles y democráticos.

Para avanzar en dichos objetivos, se definieron tres ejes temáticos, los cuales se trabajaron de manera participativa en los talleres previstos en ambos Encuentros. En tal sentido los ejes propuestos fueron:

- a) identidad/comunicación, hacia una campaña nacional de posicionamiento del sector;
- b) redes y corredores productivos regionales, como desarrollo de estrategias de articulación, cooperación y agregación de capacidades y valor del sector; y
- c) comercialización del sector de la EPSS, como actividad de vinculación orgánica con los procesos productivos del sector.

Durante el 1° *Encuentro* estos ejes temáticos se trabajaron con dinámica de taller en once grupos o comisiones de trabajo, integradas por todas las personas que participaron. En cada eje se compartieron intercambios y reflexiones de manera participativa sobre el estado de situación actual y las propuestas de fortalecimiento, en base a tres dimensiones de análisis para la acción: a) fortalezas; b) dificultades y; c) propuestas de políticas públicas y de acción colectiva estratégica.

En el 2° *Encuentro*, con el objetivo de profundizar en cada uno de los tres ejes indicados (identidad y comunicación; redes y corredores; y comercialización y valor agregado) y avanzar con la formulación de propuestas de políticas públicas y de acción colectiva, se conformaron comisiones específicas para cada uno de dichos ejes. Para ello se propuso a las y los participantes de las distintas organizaciones, que eligieran en qué eje participar, quedando conformados ocho grupos o comisiones: tres grupos en el eje identidad/comunicación; dos en redes y corredores; y tres en comercialización-agregado de valor.

## 2. Flor de Encuentros

En el panel de experiencias que se realizó en el 1° *Encuentro*, uno de los participantes del mismo sintetizó en una frase una sensación compartida por quienes fuimos parte del mismo: "*Flor de Encuentro nos estamos llevando*".

Y no es para menos. Los *Encuentros* reunieron en un ámbito de reconocimiento mutuo, intercambio y reflexión compartida, a más de trescientas personas en cada uno de ellos, vinculadas a cientos de experiencias de comercialización de la EPSS de todo el país. Las mismas organizan, con criterios de soberanía alimentaria, agroecología y comercio justo, múltiples almacenes populares, nodos territoriales, ferias, distribuidoras o centros de acopio, a la vez que impulsan redes, federaciones y entramados organizativos más amplios para afrontar los desafíos en curso. El diálogo y reconocimiento

compartido permitió abrir preguntas y reflexiones en común sobre: ¿Cómo se fueron generando estas múltiples experiencias? ¿Cómo lograron sostenerse y posicionarse aún en contextos muy adversos? ¿Cuáles han sido los avances y cuáles son sus desafíos? ¿Qué acciones se vienen impulsando hacia un mayor nivel de articulación y entramado más amplio? ¿Qué dificultades afrontan esas iniciativas de mayor articulación? ¿Cuáles son las propuestas para potenciar a las mismas?

Los talleres grupales, organizados con una dinámica participativa, de intercambio, escucha, diálogo y reflexión en común, se constituyeron en los principales espacios de reflexión compartida, diagnóstico y formulación de propuestas en los *Encuentros*. Esta metodología participativa fue rescatada como uno de los logros fundamentales de los mismos, al contribuir a visibilizar, auto-reconocerse en común y afianzar el sentido de pertenencia a un sector clave en el desarrollo de circuitos socioeconómicos de alimentos sanos, sostenibles y a precios justos. A la vez, contribuyó a fomentar la interacción y los vínculos entre las y los participantes, que facilitó el tratamiento de desafíos relacionados con la construcción de redes regionales y de propuestas compartidas de acción colectiva y de políticas públicas para su fortalecimiento.

En tal sentido, este capítulo es una síntesis de las conclusiones provenientes del análisis más pormenorizado realizado en documentos de sistematización previos, es decir, esta presentación es parte de una propuesta integral de coordinación y sistematización de dichos Encuentros. De allí que esté capítulo presenta de manera resumida los resultados de ese enriquecedor trabajo compartido, como documento ejecutivo que sintetiza los principales elementos de diagnóstico y propuesta para fortalecer esta diversidad de experiencias de circuitos socioeconómicos alimentarios, de acuerdo a los tres ejes temáticos de comercialización, comunicación y corredores regionales trabajados en cada caso.

A continuación se presenta una síntesis de la metodología utilizada, para luego pasar a los principales resultados de sistematización de los talleres.

### 3. Metodología de sistematización

Entendemos la sistematización como un proceso participativo y organizado de construcción social de conocimientos, generado a partir de la recuperación valorativa, análisis y comunicación de experiencias, incluyendo información proveniente de dichas prácticas. Esa acción es realizada desde una metodología participativa de sistematización que se basa en la reflexión, el intercambio y los aportes de quienes son protagonistas de dichas prácticas.

Con ese enfoque se llevó adelante la tarea de coordinación y sistematización de los talleres del 1° y del 2° *Encuentro*, con la finalidad de recuperar y valorar las experiencias de mercados de cercanías, así como avanzar en la construcción de aprendizajes, conocimientos y propuestas a partir de esas prácticas, para contribuir a fortalecer, mejorar y escalar las mismas.

Para llevar adelante esta tarea, se conformó un equipo de trabajo de unas treinta personas, que incluyó integrantes de las propias organizaciones, de equipos académicos de universidades públicas y de trabajadoras/es del Programa Mercados de Cercanía.

Este equipo formuló una propuesta metodológica específica, que fue consensuada y trabajada grupalmente en varias reuniones previas a la realización de cada *Encuentro*. Aquí se sintetizan algunas conclusiones clave de dicha sistematización, a partir de los documentos de trabajo elaborados oportunamente.

En base a la mencionada propuesta, se realizó la coordinación y animación del trabajo grupal de las respectivas comisiones, así como el registro y posterior sistematización de las reflexiones y aportes compartidos en las mismas. En la coordinación de cada comisión participaron dos integrantes del equipo: una persona con responsabilidad primaria en la coordinación del trabajo grupal; y la otra en el registro y sistematización de los aportes e ideas principales. Se elaboraron instrumentos de registro, los cuales fueron completados con la participación tanto de la persona responsable específica del equipo, como de los/as propios/as participantes; por ejemplo con la elaboración de papelógrafos que registraron los aportes e ideas.

Posteriormente con un mismo enfoque y abordaje se realizó el procesamiento de lo trabajado en cada *Encuentro*, pero realizando al mismo tiempo con un tratamiento analítico singular en cada caso. El 1° *Encuentro* se realizó una sistematización de las reflexiones e intercambios desde una metodología y procesamiento cuanti-cualitativo a partir de los registros tomados en los talleres. En el 2° *Encuentro* se sistematizó lo trabajado a partir de un análisis de tipo más cualitativo.

En el caso particular del 1° *Encuentro* se obtuvieron en total 780 registros en los talleres. Son los registros de palabras, frases o enunciados apuntados por los/as participantes, que buscan transmitir alguna idea sobre el eje trabajado. Los mismos se distribuyen de forma relativamente proporcional entre los tres ejes temáticos trabajados, como puede verse en el cuadro siguiente.

**Cuadro 1. Cantidad de registros en los talleres por ejes del 1° Encuentro**

Ejes	Fortalezas	Dificultades	Políticas y propuestas	Total	%
Comercialización orgánica (circuitos)	98	125	60	<b>283</b>	36%
Identidad-Comunicación	91	100	87	<b>278</b>	36%
Corredores logísticos y productivos	76	83	60	<b>219</b>	28%
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>308</b>	<b>207</b>	<b>780</b>	100%

Fuente: elaboración propia a partir de la sistematización de los registros

Luego del *Encuentro*, dichos registros fueron transcritos de manera digital por parte la dupla de sistematización responsable en cada comisión de trabajo. A partir del conjunto de registros provenientes de cada comisión, se agruparon los mismos en grandes cuestiones o categorías de análisis, de acuerdo a la afinidad de contenidos de las ideas o propuestas expresadas.

Esta construcción de categorías partió de los emergentes grupales, catalogando las mismas según afinidades o cuestiones en común, complementariamente a elementos o factores que se consideran pertinentes al fortalecimiento o desarrollo de la EPSS. Como resultado se configuraron grandes categorías, más una novena abierta, para incluir cuestiones no contempladas en las demás. Cuatro categorías están relacionadas con los factores económicos o productivos para el desarrollo de la EPSS, esto es: recursos financieros y materiales; tecnología e información; gestión técnica y organizacional; capacidades de cooperación y de trabajo. Las otras cuatro son más transversales: dimensión simbólica y comunicación; productos, costos y precios; Estado y políticas públicas; territorialidad y tramas organizativas. A su vez, las categorías se desagregaron en una serie de descriptores específicos, para facilitar el análisis correspondiente. Dichos descriptores detallan en cada categoría cuestiones específicas, realizando una agrupación interna de los registros que permite visualizar las principales cuestiones que surgen con mayor importancia en cada una de las mismas – Ver Anexo Cuadro Sinóptico de categorías y descriptores.

En el caso del 2° Encuentro se procesaron y analizaron los registros surgidos del trabajo grupal de manera más cualitativa, contando para ello con los resultados surgidos de la sistematización del primero. En tal sentido el capítulo presenta la síntesis de los resultados de sistematización de ambos Encuentros.

## 4. Fortalezas y Dificultades

En primer lugar sintetizamos el trabajo grupal sobre las fortalezas y dificultades señaladas desde las propias experiencias. Para más claridad, en el cuadro que sigue sintetizamos las principales fortalezas y dificultades en los tres ejes referidos de comercialización, comunicación y corredores.

	Fortalezas	Dificultades
<b>Co mer ciali zaci ón</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad de los alimentos y mejoramiento en la diversidad regional de la oferta disponible</li> <li>- Crecimiento y diversificación de los puntos de venta</li> <li>- Redes y vinculación directa entre el consumo organizado y la intermediación solidaria</li> <li>- Mejoramiento en la cooperación social entre los actores de los circuitos</li> <li>- Desarrollo de las capacidades de trabajo en la intermediación solidaria</li> <li>- Identidad compartida y mayor reconocimiento de las experiencias de comercialización solidaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necesidades de infraestructuras de acopio y de financiamiento comercial, más en un contexto de alta inflación</li> <li>- Escaso desarrollo de corredores logísticos y centros regionales de distribución</li> <li>- Insuficiente políticas marco para el desarrollo del sector y de adecuaciones normativas apropiadas</li> <li>- Competencia desleal de grupos agroalimentarios oligopólicos</li> </ul>
<b>Iden tida d y Co mun icac ión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identidad y narrativa común, principios y valores de la EPSS.</li> <li>- Importancia de los vínculos: con las/os consumidores y entre las organizaciones.</li> <li>- Mayor reconocimiento como sector</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escasa visibilidad del sector</li> <li>- Necesidad de reforzar la claridad en la comunicación, síntesis en el mensaje</li> <li>- Implica un cambio cultural de más largo plazo</li> <li>- Falta de capacitación en comunicación</li> </ul>
<b>Red es y Corr edo res</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intercambio de aprendizajes, saberes y experiencias, trabajo cooperativo (en equipo, inclusivo) y confianza entre actores</li> <li>- Mejoras en procesos de asistencia técnica, capacitación y vinculación universitaria</li> <li>- Territorialidad, mesas regionales y territoriales (trabajo próximo entre organizaciones)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos financieros para infraestructura, rodados y otros medios materiales</li> <li>- Logística y transporte (costos de traslados e infrautilización de transportes)</li> <li>- Políticas marco y políticas públicas integradas-articuladas de circuitos</li> <li>- Organización del trabajo y coordinación</li> </ul>

Una de las cuestiones resaltadas como fortaleza se refiere a la *calidad y variedad de los alimentos* que se distribuyen (alimentos sanos, regionales, cooperativos), junto con la búsqueda de generar precios justos tanto para la producción como para el acceso alimentario. Asimismo, se valoró el proceso de *crecimiento y diversidad de espacios de venta y de canales de comercialización solidaria* (nodos, almacenes, ferias, mercados, etc.). En tal sentido en el 2°

*Encuentro* también se consideró cierto avance en la organización del acopio y distribución a nivel local-territorial, sin desconocer las limitaciones existentes en este punto, como se comentará más adelante.

También se reconoció la experiencia, aprendizajes y saberes acumulados en organización y gestión de este tipo de circuitos socioeconómicos alimentarios. En el mismo sentido, se valoraron los avances en los *procesos de cooperación, trabajo en red y confianza entre actores* de la producción, la comercialización y la organización del consumo, así como las vinculaciones con programas estatales o con equipos técnicos y universitarios. Todo ello contribuye al intercambio de experiencias, aprendizajes y saberes, sobre todo en la medida que se dan espacios de encuentro e intercambio como los realizados. La alta valoración que se tiene de algunas de estas cuestiones consideradas como fortalezas, sea posiblemente lo que lleve a indicarla también como elementos a fortalecer, como veremos luego.

Finalmente, en lo *comunicacional* se reconoce una fortaleza en la existencia de una identidad y narrativa común, basada en principios y valores como solidaridad, autogestión, horizontalidad, compromiso, centralidad de las personas y el trabajo, responsabilidad, cuidado, soberanía alimentaria, consumo responsable o precio justo.

Se destaca además el avance en *reconocerse como un sector (auto-reconocimiento colectivo)*, junto con un mayor reconocimiento público, asentado en la capacidad de trabajo, convicciones, militancia y entusiasmo en la construcción de una alimentación justa y saludable.

En el cuadro previo pueden verse con más detalle estas fortalezas, así como las dificultades planteadas que pasamos a continuación a presentar

Las principales dificultades detectadas en el eje redes y comercialización se vinculan a *necesidades de desarrollo logístico, vehículos, equipamientos, infraestructuras de acopio y centros regionales de distribución*. En tal sentido, más allá del reconocimiento mencionado sobre algunos avances en la organización del acopio y distribución a nivel local-territorial, se remarcaron, sin embargo, las problemáticas a la hora de comercializar entre regiones para consolidar entramados de mayor escala. Estos problemas están asociados a los costos del transporte, los volúmenes de compra requeridos y la falta de espacios de acopio comunes. También son claras las necesidades de financiamiento para atender el ciclo mercantil en un contexto de alta inflación, buscando al mismo tiempo sostener las mejores condiciones posibles tanto para productores/as como para las familias que acceden a los alimentos en estos circuitos.

Desde ya ello se asocia a la carencia de un adecuado financiamiento público en clave de inversión productiva, pero en el caso de las dificultades en políticas

públicas se marcó sobre todo la insuficiencia de políticas marco, de normativas y de procedimientos apropiados para potenciar al sector. Entre las mismas se destacan la falta de políticas integradas en clave del fortalecimiento y expansión de los circuitos socioeconómicos y tramas de valor alimentario que estas experiencias construyen, en asociación con la producción alimentaria cooperativa y de la agricultura familiar y campesina, así como con las familias que organizan su acceso a alimentos sanos, justos y sostenibles en estos circuitos. Es notoria la dificultad para integrar en una estrategia pública común por una parte, las acciones de distribución y acceso alimentario, con por otra parte aquellas orientadas a potenciar el trabajo y la producción local, en particular la producción de la EPSS en el ámbito agroalimentario. En otros términos la articulación de acciones y programas vinculados a garantizar una distribución de alimentos, con las acciones orientadas a la inclusión social con trabajo, al apoyo a las unidades familiares y cooperativas o al arraigo y desarrollo territorial, de igual forma que las vinculadas a la promoción socio-productiva con enfoque de género y diversidades, o las dirigidas a desarrollar una producción sostenible cuidadosa del ambiente.

Por su parte, en lo comunicacional sobresalen dificultades referidas a la escasa visibilidad social del sector, más aún ante el hecho que implica procesos contra-hegemónicos de cambios culturales de magnitud y profundidad en la sociedad. De allí que ello requiere reforzar las estrategias y dispositivos comunicacionales del sector, incluyendo en particular acciones públicas de apoyo para facilitar espacios y/o canales de comunicación, así como para aportar capacitación y acompañamiento técnico en este campo. En términos de comunicación entre las organizaciones de la red, se reconoce como dificultad la falta de información sobre otras organizaciones en la misma región, sobre experiencias exitosas o de productos, así como sobre posibles soluciones o de ventanillas abiertas para proyectos. Atender esta cuestión resulta de importancia en el marco de las propuestas de acción colectiva del sector que se sintetizan en el siguiente punto.

## 5. Propuestas de Política Pública y de Acción Colectiva

En lo referente a propuestas de políticas públicas y de acción colectiva, los resultados de la reflexión en común resultan significativos, como se sintetiza en el cuadro posterior. A su vez, teniendo en cuenta las fortalezas y dificultades que se habían trabajado previamente, las propuestas también son compatibles como orientaciones para atender las necesidades de fortalecimiento para potenciar las capacidades y acciones del sector.

### 5.1. Propuestas de política pública

En lo que hace al eje de comercialización y agregado de valor, sobresale un amplio y viable conjunto de propuestas de políticas públicas para impulsar al sector. En tal sentido, se destaca la importancia de impulsar de forma sostenida y en mayor escala el *compre público al sector*, en particular en vinculación con las políticas y programas de acceso y distribución alimentaria. Ello incluye el desarrollo de pertinentes *adecuaciones normativas y de procedimientos administrativos*, una *mayor coordinación y articulación entre programas* públicos de competencia, así como una acción pública más estratégica y decidida hacia una *mayor cooperación y escalamiento operativo* del sector de la comercialización solidaria y la producción familiar agropecuaria y de cooperativas de alimentos.

	Propuestas de Política Pública	Propuestas de Acción Colectiva
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impulsar el compre público al sector.</li> <li>- Mejorar la integralidad de las acciones públicas, en clave de circuitos productivos y socioeconómicos alimentarios.</li> <li>- Ampliar el financiamiento e inversión productiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo logístico cooperativo y centros de acopio y distribución regional.</li> <li>- Programas de finanzas solidarias y monedas sociales para potenciar los circuitos socioeconómicos alimentarios.</li> <li>- Motorizar estrategias de cooperación, encadenamientos y entramados de valor en los circuitos que impulsan estas experiencias.</li> </ul>
Identidad y Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campaña nacional. Presencia en medios de comunicación.</li> <li>- Espacios públicos de publicidad, medios estatales, pauta oficial.</li> <li>- Asistencia técnica y capacitación en comunicación.</li> <li>- Desarrollo de dispositivos comunicacionales en el marco de Políticas integradas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Afianzar el sector. Mejorar el mensaje.</li> <li>-Hacer circular la información: catálogos, mapeos.</li> <li>-Sello propio. Imagen. Marcas comunes.</li> </ul>
Redes y Corredores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nodos, centros regionales y corredores logísticos.</li> <li>- Generación y gestión de información sobre el sector.</li> <li>- Políticas públicas integradas-articuladas en clave de circuitos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mesas regionales, red de redes y poder político territorial.</li> <li>-Encuentros locales, regionales y nacionales.</li> <li>-Nodos, centros regionales y corredores logísticos.</li> </ul>

En esa dirección, en este mismo eje como también en el *Corredores y Redes*, se señaló la necesidad de mejorar la integralidad de las acciones públicas entre programas, áreas y jurisdicciones, para fortalecer y ampliar estos circuitos productivos y socioeconómicos alimentarios más justos, saludables y sostenibles. Al respecto, una cuestión clave que se planteó es el impulso a sistemas de finanzas solidarias más integrales que colaboren a escalar y ampliar estos circuitos, con una participación de fondos públicos de mayor dimensión operativa y que incluya financiamiento de tipo productivo, de crédito a la comercialización y al anticipo de provisión, o de inversiones en mejoramiento logístico, movilidad, tecnología, equipamiento, infraestructura o capital de trabajo.

De allí que también en el eje *Corredores y Redes* se consideró la importancia de contribuir desde las políticas públicas a la generación y gestión de información de relevancia sobre el sector, así como al desarrollo nodos de acopio, centros regionales y corredores de distribución inter-regional proyectados de forma asociativa entre los actores que impulsan estos circuitos alimentarios, tomando como ejemplo el caso de programas públicos que avanzaron en esa dirección, como es el caso de *Entramados Productivos* del Ministerio de Obras Públicas

Por su parte, en el eje comunicación, como síntesis de las propuestas de política pública surgió la necesidad de acompañar el desarrollo de una campaña nacional de posicionamiento del sector, con la intención de una mayor iniciativa estatal en medios públicos, uso de pauta oficial, campañas alimentarias y de precios justos, etc. Ello a su vez se desprende de las principales dificultades identificadas en comunicación, replanteado como posibilidad de acciones públicas que contribuyan a mejorar y reforzar el desarrollo de dispositivos y plataformas comunicacionales más amplias. En esta cuestión, se destacó también la importancia de ampliar las articulaciones con el sistema educativo en sus distintos niveles, con la finalidad de contribuir a avanzar en acciones de sensibilización en escuelas y de promover la incorporación del derecho a una alimentación saludable, justa y sostenible en el currículo educativo y en la formación docente.

## **5.2. Propuestas de acción colectiva**

Finalmente concluimos el capítulo con una cuestión clave trabajada en los Encuentros, y de importancia decisiva en los tiempos presentes y venideros, referida a las propuestas e iniciativas de acción colectiva o en común de tipo más estratégica, que permitan avanzar en mayores grados de confluencia organizativa por parte de las propias organizaciones del sector. Al respecto, en los talleres sobresalió una intención definida de potenciar la cooperación social

organizada en el desarrollo de iniciativas de mayor envergadura y escala en la construcción de circuitos socioeconómicos alimentarios, tomando como referencias experiencias de significación que ya están en curso en diversos territorios, algunas de las cuales se compartieron también en paneles de los Encuentros.

A continuación, en base al cuadro previo y a otros tres que siguen por eje trabajado en los Encuentros, sintetizamos algunos elementos clave en la dirección de fortalecer las propuestas e iniciativas de acción colectiva para ampliar dichos circuitos.

En una de sus principales líneas de acción, ello implica fortalecer y ampliar la generación de redes e integración asociativa a lo largo de los circuitos (producción, comercialización y consumo), para asumir desafíos de mayor escala, agregación de valor y ampliación de destinatarios de acceso alimentario, abarcando las distintas fases y organizaciones involucradas en la producción agroalimentaria local y cooperativa, la comercialización e intermediación solidaria, la organización del consumo y del acceso a alimentos sanos, justos y sostenibles.

En tal sentido, siguiendo el lineamiento de fortalecer estrategias de articulación y cooperación en red, se destaca en el eje comercialización y agregado de valor la importancia de seguir desarrollando comunidades de aprendizaje y de experiencias en la construcción de estos circuitos alimentarios de la EPSS. Es decir espacios y redes de aprendizajes y de fortalecimiento y ampliación de estas prácticas, para afianzar el reconocimiento mutuo y la confianza recíproca que permita avanzar en propuestas de acción común más estratégicas. Una propuesta concreta en esa dirección es, por ejemplo, la realización de *Encuentros* como los realizados, pero en una escala territorial más cercana en lo regional o local. De igual forma redes y mesas asociativas de carácter territorial y regional entre distintas experiencias, para favorecer el intercambio de productos, saberes y aprendizajes.

## Propuestas de Acción colectiva

### Eje Comercialización y Agregado de valor

#### Objetivo del eje:

Fortalecimiento orgánico de la comercialización productiva de la EPSS

#### Se destacan propuestas vinculadas a:

-Articulación y cooperación en red

-Desarrollo y gestión en logística, finanzas solidarias y entramados productivos

#### TRABAJO EN RED, ASOCIATIVO Y COLABORATIVO

- **Construcción de comunidades de aprendizajes y experiencias**
- **Encuentros y reuniones locales y regionales**, para construir agendas compartidas y generar propuestas en común
- **Proyectos asociativos compartidos** entre más de una organización, junto a *Universidades e instituciones de CyT*
- **Propuestas en común para mejorar la logística**: centros regionales de acopio y distribución, estrategias de logística colectiva, articular con empresas de logística, desarrollar cooperativas de logística y transporte
- **Programas asociativos de finanzas solidarias**: micro y meso créditos, fondos rotatorios, etc; desarrollo de monedas sociales
- **Desarrollo de encadenamientos productivos**

En la misma dirección, se propuso profundizar la vinculación entre las organizaciones del sector y equipos académicos, técnicos y profesionales de universidades y otras entidades educativas y científico-técnicas. Entre otras cuestiones ello favorecería el desarrollo de proyectos e iniciativas compartidas que contribuyan a mejorar cuestiones clave, tales como: relevamiento, sistematización e intercambio de información sobre la oferta y demanda en los circuitos; formación y asistencia técnica que contribuyan a mejorar la gestión económica, comercial y logística, o la expansión de los procesos de inter-cooperación y gobernanza compartido; o el desarrollo tecnológico y de encadenamientos productivos y agregado de valor en los territorios

En lo específico del eje también se destaca la intención de crear cooperativas de logística y transporte, así como de articular estratégicamente con empresas en este rubro, que permitan mejorar los costos de transacción desde la producción al consumo. En el mismo sentido, el desafío de construir centros de desarrollo regionales de acopio y distribución alimentaria de mayor escala, desarrollo logístico e impacto territorial e interregional. También se señaló como un desafío de suma importancia, y también de clara dificultad actual, la necesidad de impulsar programas asociativos de finanzas solidaria para potenciar el desarrollo de los circuitos, integrando diversos programas de micro y meso créditos, fondos rotatorios a la producción o inversión, etc., así como ver las condiciones y posibilidades de avanzar hacia el desarrollo de monedas locales o sociales que faciliten dinamizar las relaciones ampliadas entre la producción, la comercialización y el acceso alimentario desde la EPSS.

En sintonía con ello, en el eje comunicacional también se propusieron acciones colectivas para ampliar y afianzar el mensaje del sector. Se remarcó la importancia de destacar el mensaje de los principios y valores compartidos, desarrollando estrategias y acciones que permitan avanzar en campañas regionales de comunicación y visibilidad, con el horizonte de confluir desde allí hacia una campaña federal de impacto y significación. Para ello se propone ir construyendo acuerdos locales y regionales sobre contenidos y valores a resaltar, canales y dispositivos de comunicación a utilizar, agenda compartida de acciones y eventos a construir.

En igual medida como en otros ejes, se propuso profundizar los acuerdos de cooperación con otros actores que puedan apoyar la producción y difusión de contenidos, tales cooperativas y profesionales de comunicación, redes y federaciones del sector, equipos universitarios de diseño y comunicación. Estos últimos fueron considerados como socios estratégicos para colaborar también en las necesarias instancias de capacitación y profesionalización en comunicación de las organizaciones. También se resaltó la posibilidad de compartir de manera sistemática información relevante, desarrollar catálogos y mapeos de utilidad territorial o regional, y generar dispositivos y productos comunicacionales como sellos, marcas o imágenes como sector.

En el mismo sentido, particularmente en el 2° *Encuentro*, se señaló la necesidad de fortalecer el trabajo de comunicación con los/os consumidores, para apuntalar la asunción del consumo como un acto político y favorecer el fortalecimiento de la organización del acceso alimentario incluyendo entidades comunitarias, sindicales o sociales.

## Propuestas de Acción colectiva Eje Identidad y comunicación

### Objetivo del eje:

Hacia una campaña federal de posicionamiento

### Se destacan propuestas vinculadas a:

- Desarrollo de la dimensión simbólica: identidad y valores

- Instancias de cooperación interna y comisiones de trabajo

- Cooperación con otros actores: capacitación, mapeos y catálogos

### Visibilidad y comunicación compartida

- Hacia la construcción de una **campaña federal de comunicación y visibilidad** articulada desde campañas regionales
- Mensaje claro sobre **identidad, principios y valores**
- **Cooperación y acuerdos sobre:** mensajes, contenidos, canales agenda de acciones, eventos
- Instancias de **capacitación y profesionalización en comunicación**
- **Desarrollo de la comunicación interna** de la Red: repositorio de materiales y herramientas útiles
- **Acuerdos con otros actores** para apoyar la producción y difusión de contenidos: profesionales y *cooperativas de comunicación*; redes y federaciones; *Universidades*
- **Sistematización y construcción de información: mapeos y catálogos**

En continuidad con los otros ejes, en lo que hace a la acción colectiva, en el de *Corredores y Redes* se visualizó un proceso paulatina pero importante de consolidación de un entramado socioeconómico, organizativo y de redes a nivel local y regional, que incluye estrategias y acciones de trabajo con unidades productivas de la agricultura familiar, emprendimientos locales y cooperativas de alimentos de diferentes regiones. No obstante, las y los participantes de las organizaciones también distinguieron problemáticas significativas asociadas a los costos del transporte, los mayores volúmenes de compra requeridos para disminuir costos de transacción o la falta de lugares o equipamiento de acopio comunes en los territorios o regiones. De allí que, como en el eje de comercialización y agregado de valor, se expresó la necesidad de creación de “nodos logísticos” o “centros de acopio” regionales o las posibilidades de impulsar cooperativas de logísticas o acuerdos más estratégicos con empresas del sector. De igual forma la idea de generar mesas locales o regionales entre organizaciones del sector para realizar compras en común, compartir operativas logísticas de mayor escala, desarrollar rondas de intercambio mutuo entre las mismas o impulsar acciones y demandas de posicionamiento compartido.

## Propuestas de Acción colectiva

### Eje Redes y Corredores

#### Objetivo del eje:

**Fomentar vínculos y redes regionales**, hacia relaciones ampliadas de producción comercialización y consumo saludable, justo y soberano

#### Se destacan propuestas vinculadas a:

- Gestión técnico-organizacional y desarrollo de nodos regionales
- Mesas regionales para compartir agenda y socializar información
- Sistematización de oferta y demanda regional

#### Hacia la construcción de estrategias territoriales

- **Cooperativas logísticas, nodos y centros de abastecimiento corredores logísticos regionales.**
- **Mesas de trabajo locales y regionales:** compras comunes; logística compartida; rondas de negocios, posicionamiento colectivo.
- **Generar instancias de diálogo e intercambio inter-regional:** encuentros y reuniones, compartir información, grupos virtuales, etc.
- **Articulación con otras redes territoriales y con Universidades**
- **Compartir propuestas e información** sobre:
  - Oferta y demanda de productos
  - Capacitación y consultas
  - Soluciones a problemas comunes
  - Acceso a financiamiento
  - Recursos y herramientas, trámites, habilitaciones, permisos
  - Bases de datos, mapeos y catálogos

Desde allí se consideró la posibilidad de avanzar hacia instancias de diálogo e intercambio más inter-regional, en articulación con otras redes ya en construcción y también con equipos universitarios y de entidades educativas y científico-técnicas. En este último caso se ve de importancia el desarrollo proyectos, dispositivos y plataformas socio-técnicas que permitan tener mejor información en tiempo real sobre oferta y demanda de productos en las redes y circuitos vinculados, capacitación y consultas técnicas en gestión logística y comercial, o herramientas y recursos técnicos para el desarrollo de estas funciones. En particular se destaca la propuesta de generación de bases de datos e información del sector para visibilizar su importancia y contribuir a la toma de decisiones en común, incluyendo catálogos interactivos, dispositivos de comercio electrónico y mapeos geo-referenciados de experiencias.

## 6. Reflexiones finales

En definitiva y concluyendo el capítulo, en los *Encuentros* se postuló como tarea clave el fortalecimiento como sector en sí de la comercialización popular e intermediación solidaria, en el marco de la construcción de circuitos socioeconómicos de la EPSS. En los aportes a los mismos, se reafirmó como un sector de de importancia para contribuir a mejorar el acceso alimentario, en la lucha contra la malnutrición y la inseguridad alimentaria, a la vez que para

dinamizar la pequeña producción, el trabajo y las economías locales. De igual se lo visibilizó como un sector que congrega a una creciente diversidad de experiencias presentes en todo el territorio nacional, que asume como cuestión estratégica el camino de confluencia organizativa y de profundización de su identidad compartida por una alimentación sana, justa, sostenible y soberana como parte de la EPSS.

Para ello, un desafío compartido que surge de los *Encuentros*, es afianzar y ampliar la articulación y las tramas de valor en común, entre sí y con los demás actores involucrados y asociados a los circuitos socioeconómicos alimentarios en que participan.

Asimismo se apuntó a la construcción de una agenda compartida de propuestas, estratégica y operativa, la cual incluye la articulación con políticas públicas cuando ello sea posible, pero más aún una agenda en común en tareas de acción colectiva de índole más estratégica.

Entre las líneas de acción que se concluyeron en esa dirección se puede destacar:

- seguir abonando al mejoramiento del acceso alimentario y a pautas de consumo responsable, sano y sostenible;
- ampliar las articulaciones con mercados institucionales, de compra pública y de otras entidades asociativas como sindicatos, federaciones, etc.;
- profundizar los entramados asociativos de cooperación y agregación de valor,
- generar mesas de trabajo regionales para consolidar los entramados regionales, el intercambio intra e interregional, y el compartir información y capacidades entre las organizaciones
- crear y fortalecer corredores y redes de logística, transporte y sistemas de acopio
- impulsar campañas de comunicación en espacios regionales hacia una construcción comunicacional federal;
- generar datos, información, mapeos del sector en asociación con equipos técnicos y entidades educativas y científico-técnicas;
- multiplicar con ello las capacidades de trabajo, de cooperación y de gestión, con acciones integradas de capacitación, acompañamiento socio-técnico, innovación e incubación social

Dicho de manera sintética y en términos más generales, en los tres ejes trabajados se resaltó la necesidad de acciones públicas orientadas a impulsar el registro, la comunicación y la construcción de información de reconocimiento del sector, así como el apoyo a programas de capacitación y asistencia técnica

en logística, comercialización solidaria, tecnologías digitales de comercialización, desarrollo de dispositivos y soportes comunicacionales. Asimismo, se consideró la importancia de articular estas cuestiones con equipos técnicos, universitarios o en general del sistema educativo y científico-técnico, para aportar al fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones.

Por último, es de resaltar el avance realizado del 1° al 2° *Encuentro* en la profundizaron de temas iniciados previamente, desarrollándose ideas y propuestas operativas de mayor viabilidad. De igual manera se observó un notorio afianzamiento de la confianza, vinculaciones y reconocimiento mutuo entre las personas y las organizaciones participantes, que junto con el alcance territorial de las experiencias presentes, representan una clara fortaleza para apalancar procesos de entramados más complejos.

En esa dirección, el trabajo realizado de sistematización de los *Encuentros* hizo posible la síntesis del presente capítulo. La misma forma parte del compromiso y trabajo de todo el equipo de coordinación y sistematización de los talleres, en el que participamos más de treinta personas de universidades y organizaciones, incluyendo trabajadores/as del propio Programa Mercados de Cercanía (ver integrantes del equipo de trabajo).

De allí la intención de contribuir con este trabajo de sistematización a poner en común la agenda de trabajo surgida de esta formidable construcción colectiva y participativa de diagnóstico (fortalezas y dificultades) y de propuestas de políticas públicas y de acción colectiva. Esa intención puesta en acción se debe al trabajo colectivo de quienes integramos dicho equipo de sistematización y, en particular, en la escritura de este capítulo de quienes integramos los proyectos de investigación-acción en red que se indican en la carátula del mismo. En tiempos tan difíciles y complejos, creemos más que nunca que resulta imprescindible seguir construyendo memoria en común de los logros alcanzados y los desafíos compartidos, para seguir fortaleciendo la organización popular en el camino de garantizar y ampliar derechos, como en este caso el derecho a la alimentación, la producción y el trabajo digno para todas y todos.

# ANEXO I. Cuadro sinóptico de categorías y descriptores

Categorías		Detalle de la categoría	Descriptores por categoría
1	Recursos financieros y materiales	<i>Financiamiento y medios materiales como factores económicos (Razeto).</i> Crédito y financiamiento en general. Monedas sociales. Infraestructuras, equipamientos, vehículos, etc. como medios materiales	a) Financiamiento para equipamiento, infraestructura, transporte, capital de trabajo, organización de Encuentros; b) Crédito a la comercialización y monedas sociales; c) Infraestructuras, rodados y otros medios materiales
2	Tecnología e información como factor económico	<i>Tecnología e información como factor económico.</i> Artefactos, plataformas y dispositivos socio-técnicos	a) Catálogos, tiendas virtuales y redes sociales; b) Mapeos; c) Generación y gestión de Información; d) Registros nacionales e inter-jurisdiccionales; e) Incentivos comerciales; f) Otros artefactos y dispositivos tecnológicos
3	Gestión técnica/organizacional y vinculación universitaria	<i>Gestión como factor económico.</i> Como poder organizativo y decisional, de planificación, coordinación, toma de decisiones y control de procesos. Incluye lo referido a: asistencia técnica y capacitación; incubación y vinculación técnica y universitaria. También todo lo referido a gestión y organización logística, nodos, entramados y circuitos.	a) Asistencia técnica, capacitación, redes técnicas y vinculación universitaria (temas de circuitos, cadenas productivas, gestión comercial, formación de cuadros de base); b) Puntos de venta, nodos, centros regionales y corredores logísticos; c) Logística y transporte (gestión, cooperativas); d) Gestión y desarrollo de entramados productivos y circuitos de producción, comercialización y consumo
4	Cooperación y trabajo como factores productivos de la EPSS	<i>Cooperación y trabajo como factores económicos.</i> Redes de cooperación e intercambios específicas en circuitos. Intercambios y cooperación de saberes, aprendizajes. Confianza y certificaciones participativas. Trabajo, capacidades laborales, grupos y equipos de trabajo.	a) Redes de consumo e intercambio con consumidores; b) Intercambio de aprendizajes, saberes y experiencias; c) Confianza; d) Certificaciones participativas; e) Trabajo, capacidades laborales, grupalidad y equipos de trabajo
5	Dimensión simbólica: identidad y comunicación	Construcción de identidad, valoración simbólica y reconocimiento social. Incluye también las estrategias y dispositivos comunicacionales.	a) Identidad y narrativa común (principios, valores, ideología); b) Campañas de comunicación y concientización; c) Medios de comunicación; d) Sellos, marca, imagen; e) Hábitos, costumbres, cultura
6	Condiciones y resultados en productos, precios y costos	Todo lo referido a las características de los productos y la escala productiva, incluyendo las cuestiones referidas a construcción de precios y costos.	a) Condiciones y características de los productos y bienes, cuanti y cualitativas; b) Ampliación de escala y oferta productos; c) Precios y competencia; d) Costos no asignables a factores previos
7	Estados y políticas públicas	Todo lo vinculado al estado, políticas públicas y normativas	a) Políticas marco, normativas y reglamentaciones; b) Políticas públicas integradas-articuladas de circuitos; c) Compre público; d) Vinculaciones con estado (nacional, provincial, local); e) Políticas específicas de comunicación para circuitos.
8	Territorialidad, tramas organizativas, redes institucionales y encuentros	Todo lo referido a territorialidad, actores colectivos, tramas organizativas, redes institucionales y encuentros	a) Territorialidad, mesas regionales y territoriales; b) Redes institucionales, red de redes. Actor colectivo; c) Encuentros locales, regionales, nacionales
9	Otros		