

Intermediación solidaria para la comercialización de alimentos. Una experiencia de trabajo entre productoras del periurbano norte santafesino y equipos técnicos en el período 2020-2022

Solidarity intermediation for food marketing. A work experience between production companies from the northern peri-urban area of Santa Fe and technical teams in the period 2020-2022

Cardozo, Lucas Gabriel; Zordan, Marcos

Lucas Gabriel Cardozo * lcardozo@fcjs.unl.edu.ar
Universidad Nacional del Litoral, Argentina
Marcos Zordan * marcoszordan.95@gmail.com
Universidad Nacional del Litoral, Argentina

PAPELES del Centro de Investigaciones de la
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la UNL
Universidad Nacional del Litoral, Argentina
ISSN: 1853-2845
ISSN-e: 2591-2852
Periodicidad: Semestral
vol. 16, núm. 27, Esp., e0032, 2023
papelesdelcentro@fcjs.unl.edu.ar

Recepción: 05 Octubre 2023
Aprobación: 08 Noviembre 2023

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/500/5004622025/>

DOI: <https://doi.org/10.14409/pc.2023.27.e0032>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Resumen: El presente artículo presenta un análisis sobre la intermediación solidaria en un circuito corto de comercialización de alimentos que se construyó en conjunto con las integrantes de una feria de productoras del periurbano norte santafesino, ubicada en Monte Vera, y los equipos técnicos de instituciones estatales y no estatales. A partir de las acciones vinculadas al apoyo a la comercialización, al inicio de la pandemia, damos cuenta como la conformación de un entramado en red contribuye a la conformación de nodos de distribución de alimentos provenientes del trabajo de un grupo de mujeres en el período 2020-2022.

Palabras clave: intermediación solidaria, comercialización, feria.

Abstract: This article presents an analysis of solidarity intermediation in a short food marketing circuit that was built in conjunction with the members of producers fair in the northern peri-urban area of Santa Fe, located in Monte Vera, and the technical teams of state and non-state institutions. From the actions linked to marketing support, at the beginning of the pandemic, we realize how the formation of a network framework contributes to the formation of food distribution nodes coming from the work of a group of women in the period 2020 -2022.

Keywords: solidarity intermediation, marketing, fair.

1. Introducción

Numerosos estudios se encuentran reflexionando sobre la producción, distribución, comercialización y consumo de alimentos. Podemos señalar que desde la pandemia los trabajos publicados en revistas científicas sobre dicha cuestión cobraron mayor visibilidad para dar cuenta de las formas, organización, acuerdos que realizan diversos sujetos para establecer circuitos cortos de

comercialización entre el campo y la ciudad (Fernández, 2021; Poggi y Pinto, 2021; Andrada, *et al.*, 2021; Arzeno, 2022; Fernández y Craviotti, 2022; Arnaiz, *et al.*, 2022). Es decir, cómo a partir de la organización que establecen pequeños y medianos productores agrupados, toman contacto con organizaciones sociales e instituciones que se emplazan en el ámbito urbano para abastecer de alimentos, verduras y hortalizas principalmente.

Dichas experiencias se encuentran enmarcadas bajo lo que se denomina la Economía Popular, Social y Solidaria (EPSS), en la que cobra un papel fundamental la organización, acuerdos y reciprocidad que establecen diferentes grupos para la concreción de dicho circuito. Además, se manifiesta una clara tendencia que abre la discusión sobre el sistema alimentario vinculado al agronegocio y sus efectos negativos sobre el ambiente, las personas y el consumo (Mendonça Menezes, *et al.*; 2021) y se reflexiona sobre conceptos como agroecología, soberanía alimentaria, periurbano y mercados sociales, por mencionar algunos.

El presente artículo tiene como objetivo reflexionar sobre una experiencia particular que se lleva a cabo a partir del acompañamiento técnico a la Feria de Productoras de Monte Vera. Dicha reflexión, no sólo pretende ser descriptiva sino que también se encuentra relacionada a un conjunto de trabajos teóricos que permiten brindar el andamiaje analítico. Cabe mencionar que la sistematización de información se inscribe en el trabajo de extensión universitaria en el cual participaron los autores en el período de estudio (2019-2022) en conjunto con la Feria y otras instituciones^[1]. En este sentido, nos centraremos en un aspecto fundamental -que también es escasamente trabajado en los trabajos académicos- la intermediación solidaria.

Para ello, el trabajo se organiza de la siguiente manera. En primer lugar, presentamos algunas reflexiones teóricas sobre la comercialización y el consumo, los circuitos cortos de comercialización y la intermediación solidaria. En segundo lugar, presentamos a la Feria y nos centramos en el período de estudio correspondiente. En tercer lugar, realizamos el análisis de la intermediación solidaria a partir del trabajo técnico que desarrollaron diversas instituciones para la comercialización y la obtención de recursos, y por último, las consideraciones finales.

2. Comercialización en red: el marco de la intermediación solidaria

La mayoría de los procesos sociales, económicos, políticos y culturales, están atravesados por la globalización y la práctica económica de comercializar objetos (bienes y servicios) no es la excepción. Como expresa Leonard “hoy en día, casi todos los habitantes de la Tierra pueden consumir cosas hechas en el otro extremo del planeta” (Leonard & Conrad, 2018, p. 161).

En la actualidad, el proceso mediante el cual se accede a un objeto para su consumo – por medio de una transacción– es complejo. Comercializar un producto conlleva una serie de acciones que se realizan de manera indicada para posicionarlo dentro del mercado. Dentro de esas acciones, podemos mencionar que incluye la planificación estratégica de cualquier actividad que fuere necesaria para que dicho objeto sea puesto delante de los ojos de los consumidores y estos lo consuman.

Siguiendo el planteo de Dziencielsky (2019), el momento de intercambio es fundamental en la historia de un objeto, ya que allí se efectiviza el valor agregado – el valor de cambio- de la cadena de producción. En este sentido, el valor agregado es lo que permite que un negocio tenga excedentes. Sin embargo, es necesario diferenciar entre valor agregado y apropiación de valor agregado. La autora señala que:

el primero es el valor agregado en sí mismo (producto terminado para la venta versus materias primas originales), pero el segundo es la apropiación (o no) que realiza el emprendimiento de ese valor que agregó (producto terminado vendido a un precio determinado versus costos de materias primas originales). (Dziencielsky 2019, p. 37).

Por lo tanto, será fundamental comprender que, en las instancias de comercialización, la posibilidad de apropiación del valor agregado es lo que, en definitiva, puede permitir que un negocio se reproduzca.

Hasta aquí el foco de la comercialización está puesto bajo la lente más técnica de este proceso económico. Para ponerlo en otras palabras, lo que hemos desarrollado, tiene un sesgo reduccionista de corte economicista, donde pareciera ser que lo único que reviste de importancia en el momento de la comercialización, es la relación costo-beneficio. Como señala Mercedes Caracciolo, es necesario interpretar este proceso de manera más integral, de modo que se “permita abarcar al mercado en su conjunto, no limitado a los canales de comercialización en particular ni al campo económico en general, sino al conjunto de relaciones que se dan en un territorio” (Caracciolo, 2014, p. 361). Efectivamente, siguiendo la lógica de integración del consumo, los indicadores de precios son “el resultado de correlaciones de fuerzas y de creencias compartidas” (De Melo Lisboa 2004, p. 294).

En todo este entramado de relaciones sociales dentro del mercado, existe un grupo de agentes, que ocupan un rol principal y que, en las dinámicas más generalizadas de comercialización, constituyen el principal fundamento a que sea una larga cadena de valor. Esta tarea es cumplida por los intermediarios, en este sentido, la intermediación funciona como nexo entre los sectores productivos y lxs consumidorxs.

Específicamente, quien ejerce de intermediario es quien pone al servicio de lxs consumidorxs determinados bienes y servicios y, determinando también, ciertas condiciones de compra (como por ejemplo el precio). Al mismo tiempo, se presenta como un canal facilitador de ventas a mayor escala. Se podría decir entonces, que tiene una función social de vital importancia (Miño, 2014).

Desde la perspectiva de la EPSS se han desarrollado intentos de deconstrucción de esta idea economicista de poder llevar a cabo el acto de comercializar. Algunas de las ideas tienen a presentar y visibilizar la existencia de otras experiencias que no se encuentran en el mercado convencional y que generan otro tipo de relaciones insertas en redes o cadenas productivas solidarias.

Siguiendo a Mance (2006), la idea de “red” refiere a las relaciones de integración entre diversos actores, las dinámicas que se generan entre estos, los lazos que se construyen y las potencialidad de crecimiento que tiene cada parte a partir del vínculo con los demás y la potencialidad de la totalidad colectiva a partir de ello.

Las concepciones hasta aquí desarrolladas, pueden devenir en las redes de colaboración solidaria – término desarrollado por Mance (2013) -, que engloba

de forma más general al conjunto de prácticas que tienden al crecimiento conjunto. En este sentido, se habla de una maniobra para vincular diferentes prácticas y experiencias de la EPSS, conteniendo a los distintos actores de la cadena productiva (productores, comercializadores, consumidores) así como también, admitiendo la participación de otras organizaciones sociales y populares. Siempre bajo una lógica solidaria, contrahegemónica al capitalismo, de reciprocidad y de crecimiento conjunto y autosustentable.

Esta idea de red tiene una vinculación intrínseca con el concepto de “cadenas productivas solidarias”, el cual es propuesto por el mismo autor como parte de un conjunto articulado de experiencias. De esta forma, cuando se refiere a cadenas productivas solidarias, señala específicamente a las etapas de producción, distribución, comercialización y consumo. Si a eso se le adhiere el término valorativo “solidarias”, es para indicar que el desarrollo de cada una de esas etapas, se intenta realizar de manera conjunta y buscando que se concrete la reproducción social de cada uno de los actores que la conforman. En palabras del autor “(...) eso posibilitaría una corrección de flujos de valores, el creciente empoderamiento de la economía solidaria y la propagación de un desarrollo socialmente justo y ecológicamente sustentable” (Mance 2006, p. 48). Esta idea sustituye a los actores que operan bajo la lógica del capital por aquellos que lo hacen según la lógica de la otra economía.

Estos conceptos, aunque pueden parecer referirse a lo mismo, incluyen distinciones muy pertinentes para ser señaladas en este caso y que, podríamos evaluar como términos complementarios. El concepto de cadena productiva solidaria implica a los procesos productivos propiamente dichos en los cuales se les agrega valor a cada tarea desarrollada. Por otro lado, el concepto de redes de colaboración, admite la participación de otros actores que, agregando valor o no, inciden en el resultado final de un proceso.

Una de las principales problemáticas que encuentra la EPSS es la fuerte concentración del mercado que tiende a precarizar a las pequeñas unidades productivas. Siguiendo a Caracciolo, *et al.* (2012) los mercados tradicionales, particularmente los de alimentos, desarrollan una monopolización en solo algunas cadenas de supermercado que se extienden a lo largo y a lo ancho del territorio y que, muchas veces, son parte de conglomerados multinacionales.

Las dinámicas de estos sistemas, generan lo que algunos autores denominan desacoples entre productores y consumidores. Como expresamos anteriormente a través del concepto de cadena de valor,

(...) los productos recorren largas distancias, generando un impacto ambiental negativo, pero también quebranta vínculos e interacciones sociales de calidad humana, con consumidores que no saben de la procedencia de los productos y productores que por su parte no pueden identificar el destino de su producción (Niño y Chiroque Solano 2019, p. 250).

Para dar respuesta a esta problemática, diversas estrategias son desarrolladas dentro de la EPSS, como por ejemplo los circuitos cortos de comercialización y la intermediación solidaria. Si bien cada uno cuenta con sus propias particularidades, ambos procesos pueden resultar complementarios en el desarrollo de una experiencia social y solidaria.

Los circuitos cortos de comercialización, surgen en la segunda mitad del siglo pasado con las “agriculturas sostenidas por la comunidad” en Japón,

Suiza y Alemania – entre otros – como experiencia práctica de venta directa entre productores y consumidores. Sin embargo, posteriormente se comenzó a “poner el énfasis no solo en el acortamiento de distancias (...) entre productores y consumidores, sino también en las características de las relaciones que se producen entre dichos actores (...) en el desarrollo de formas alternativas de abastecimiento” (Niño y Chiroque Solano 2019, p. 251).

Poniendo el foco en las características del vínculo entre lxs diferentes actores y actrices, Craviotti y Soleno Wilches (2016), utilizan la categoría de circuitos cortos de proximidad para referirse no solamente al acortamiento de la cadena productiva, sino también al acortamiento de la distancia física, en lo social y cultural, a través de la confianza y los valores compartidos y atributos en los productos (sanos, ecológicos, naturales, etc.).

Por otro lado, la intermediación solidaria, siguiendo a Dziencielsky y Laborda (2020), es un concepto que, a partir de la noción de valuación, permite comprender las distintas dinámicas que se suceden en este tipo de relaciones sociales, así como también el valor cualitativo y cuantitativo de dichos procesos. En este sentido, las valuaciones que allí se realizan, permiten entender el conjunto de consideraciones éticas y políticas que se ponen en juego a la hora de la toma de decisiones en los procesos de intermediación, comercialización y consumo.

Se vuelve aquí, particularmente esencial el rol de la intermediación, ya que “pone al servicio de los consumidores una cierta variedad de productos y a un precio particular y, al mismo tiempo, facilita la venta a mayor escala para los productores con baja o nula especialización en la comercialización” (Dziencielsky y Laborda 2020, p. 19) y continúan, “(...) su diferenciación principal con el formato de intermediación tradicional (lucrativa) está en el tipo de producto que ofrecen (por su origen y calidad), por su forma organizativa y por el vínculo que establecen con sus interlocutores” (Dziencielsky y Laborda 2020, p. 20). De esta manera, la intermediación solidaria cumple un rol fundamental en la cadena productiva, se convierte en un eslabón central que moviliza diferentes actividades para comercializar productos que no encuentran otros espacios en mercados hegemónicos y; por otro lado, oficia de garante para los consumidores, certificando que dichos productos responden a sus necesidades éticas y políticas.

Por otra parte, una característica que reviste de suma importancia para el caso estudiado, es lo que consideramos como incorporación al concepto de intermediación solidaria y que bien podríamos nombrar como “intermediación técnica solidaria”. Esta idea, refiere principalmente a la asesoría, coordinación y acompañamiento, ya no únicamente en la comercialización, sino que también en un conjunto de acciones y tareas que inciden en la búsqueda directa de poner “cara a cara” productores y consumidores y, tienen como objetivo final el fortalecimiento del circuito corto de comercialización.

3. Una experiencia de intermediación

En el año 2020, cuando comienza la pandemia, La Feria de Productoras de Monte Vera se caracterizaba por ser una grupalidad integrada de ocho mujeres productoras. Dichas mujeres y sus familias residen en la localidad de Monte Vera, ubicada a quince kilómetros al norte de la capital provincial y cuenta con 8.284 habitantes (INDEC, 2010).

Vénica *et al.* (2019) sostienen que la feria permite un encuentro social entre productoras y consumidores/as en un cara a cara que rompe con las relaciones típicas de los mercados tradicionales. Asimismo, estas autoras, enfatizan la promoción del protagonismo femenino, la soberanía alimentaria y la garantía al acceso a alimentos sanos, frescos y variados como características distintivas de la conformación del grupo.

El proyecto de la Feria se origina en el año 2016, impulsado por el Centro Ocupacional San José y de la Comuna de Monte Vera, apoyado técnicamente por la Agencia de Extensión Rural Monte Vera del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), el Área de Comunicación Comunitaria de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER), la Subsecretaría de Agricultura Familiar de la Nación (SAF), la Escuela Técnica “Los Constituyentes” N° 324^[2]. Uno de los objetivos principales residió en la promoción de la soberanía alimentaria y en la creación de un espacio de comercialización de los agricultores familiares de la localidad de Monte Vera (Vénica y Montero, 2020; Cardozo, *et al.*, 2022).

Algunos de los acuerdos básicos respecto a la comercialización, que resistieron al paso de los años -y al respectivo recambio de algunas productoras integrantes del grupo en el año 2019-, fueron fruto del consenso y se sostienen hasta la actualidad: la prohibición de revender producciones no locales; la fijación de días y horarios de funcionamiento y el establecimiento de un nombre que reflejase de manera más adecuada la identidad de las integrantes. Se debe señalar que estas decisiones fueron algunas de las acciones ejecutadas en conjunto y bajo la asesoría de las técnicas del INTA y UNER (Cardozo, *et al.* 2022).

A finales del año 2019, un grupo interdisciplinario de la UNL comenzó a participar en el marco de un proyecto de extensión universitaria, en coordinación con las instituciones anteriormente mencionadas. A partir de abril del año 2020, con el advenimiento de la pandemia del COVID-19, la Feria se configuró hacia una modalidad de comercialización virtual por redes sociales en las localidades de Monte Vera, Ángel Gallardo y Santa Fe. Esta nueva forma de venta implicó un aumento del área geográfica de cobertura y correlativamente del mercado de acción de las productoras.

Durante el período 2020-2022, el trabajo en conjunto con las productoras asistidas técnicamente por integrantes de proyectos de extensión de la UNL, UNER^[3], el INTA, la Escuela Técnica N° 324 de Monte Vera, permitieron la construcción de la intermediación solidaria en los circuitos cortos de comercialización de bolsones de verduras, productos de panificación y floricultura^[4]. En el marco de una movilidad restringida, las estrategias llevadas a cabo por los integrantes de las instituciones y las productoras fueron la coordinación de la logística, difusión, transporte y comercialización con la creación de nodos de distribución en las localidades antes mencionadas. La construcción de acuerdos básicos para la toma de decisiones en conjunto, por un lado, garantizaron la sostenibilidad de la Feria y la generación de ingresos por parte de las mujeres para sus hogares (Enrique *et. al.*, 2023). Por otro lado, la interacción con otros espacios (sindicales, culturales, educacionales, estatales, entre otros), posibilitaron la ampliación de la red inicial de instituciones y fueron creando pequeñas alianzas para la comercialización de la Feria.

4. La intermediación solidaria en acción

A continuación, presentaremos una sistematización de diferentes acciones que desarrollamos con la Feria de productoras de Monte Vera vinculadas a la intermediación solidaria. Cabe destacar que todas las decisiones fueron consensuadas de forma colaborativa entre las productoras -siendo específicamente las responsables de tomar cada una de las decisiones- y los diferentes equipos técnicos que acompañan esta experiencia teniendo como función principal la promoción de dichos espacios de discusión.

Para el año 2020 podemos presentar dos instancias de trabajo. La primera estuvo vinculada a la concreción de un nodo de distribución en la ciudad de Santa Fe. De esta manera, por intermedio de la docente del espacio denominado Práctica Profesional Profesionalizante de la Escuela Técnica N.º 324 de Monte Vera se contactó con el Centro de jubilados “Raul Ernesto Suffriti” de la CTA Autónoma, ubicado en el microcentro de la ciudad de Santa Fe para que pueda ser nodo de distribución. Tomando todos los recaudos necesarios de acuerdo a las medidas de seguridad sanitaria, se logró realizar la comercialización de bolsones. La difusión estuvo a cargo de la UNER, de la UNL la toma de pedidos y el traslado en el vehículo del INTA. En el nodo de distribución estuvieron representantes del Centro de Jubilados y extensionistas de UNL.

Cabe destacar que paralelamente se trabajó en la venta de bolsones en Monte Vera, en este caso, no se tenía un nodo de venta, sino que las integrantes de la Feria se encargaron de la distribución y entrega en los domicilios particulares de los consumidores. En esta etapa los estudiantes de la Escuela Técnica de la localidad tuvieron un gran protagonismo para la venta de los productos. Desde el equipo extensionista de la UNL, la intervención estuvo puesta en la concreción de la lista de los pedidos, los mapas para la ubicación de las direcciones de los consumidores que fueron enviados vía WhatsApp a las productoras que realizaban la entrega en bicicleta o a pie de acuerdo a la distancia de sus residencias. La asistencia vía remota de la técnica del INTA y de la responsable del proyecto de UNER junto con lxs integrantes del proyecto de extensión de UNL estuvieron presente en esta instancia.

La decisión de los productos comercializados en los bolsones, fueron hechas en base a criterios unificados por las productoras, siguiendo una lógica de “cestas cerradas” (Michellini y Abad, 2018), es decir que los productos se modifican de acuerdo a las épocas del año, intentando sostener la valoración del bolsón y persiguiendo de esa forma, la satisfacción de las necesidades de las productoras así como también, de los consumidores. En ese sentido, los bolsones se organizaron de la siguiente manera: (i) Bolsón de Verduras Agroecológicas Chico; (ii) Bolsón de Verduras Agroecológicas Grande; (iii) Bolsón de Verduras de producción tradicional; (iv) Bolsón de Panificados 1 y 2; y (v) Bolsón de Milanesas/Hamburguesas Vegetarianas. Cada bolsón estaba compuesto por producciones/elaboraciones de distintas productoras, a excepción del último bolsón, que era producido por una sola productora.

En el Gráfico N° 1 podemos observar todas las instituciones que trabajaron de manera colaborativa.



Gráfico N° 1

Intermediación Solidaria 2020, primera parte
Elaboración propia

La segunda instancia, continuó con la misma modalidad de trabajo pero se suma la Escuela N°481 “Esteban Echeverría” de la ciudad de Santa Fe, los alumnos eran los encargados de hacer una preventa de los bolsones, más allá de la toma de pedidos que realizaba la UNL. Un cambio que podemos destacar fue la modificación del nodo de distribución, para la segunda parte del año, se trabajó con el Solar de las Artes, Centro político-cultural perteneciente al Sindicato Argentino de Docentes Privados (SADOP), seccional Santa Fe. El contacto con esta institución se logró por intermedio de la técnica del INTA. En el Gráfico N° 2 presentamos las instituciones intervinientes para dicha modalidad.

Más allá de las actividades concretas para la comercialización, en el contexto de pandemia, es importante destacar que las productoras participaron de conversatorios virtuales con los estudiantes de las escuelas técnicas contando su experiencia y reflexionando sobre la producción agroecológica.



Gráfico N° 2

Intermediación Solidaria 2020, segunda parte
Elaboración propia

La intervención en el año 2021, en un contexto postpandémico, estuvo caracterizada por la profundización en la comercialización virtual. Además del espacio de Feria que se realizaba todas las semanas en Monte Vera, se continuó con la toma de pedidos para dicha localidad y se fortaleció el nodo de Santa Fe.

Ante las dificultades que se tenían a la hora de entregar los pedidos en la localidad de Monte Vera, se decide contratar a un cadete para resolver este problema. La prueba duró sólo un período muy corto, ya que la cantidad de ventas

en dicha localidad fueron disminuyendo, hasta que se decidió cortar con la oferta. Consecuentemente y, en acuerdo con la Comuna de Monte Vera, a partir de la segunda mitad del año 2021, se decidió retomar con la presencialidad de la Feria, aunque con la grupalidad reducida a ocho productoras (cinco productoras de verduras y hortalizas y, tres productoras de panificados).

Uno de los cambios fundamentales, a nuestro criterio, fue la concreción del nodo de Santa Fe en el edificio de la carrera Trabajo Social, Angela Teresa Vigetti que se sostiene hasta la actualidad. Allí se visibilizó una identificación y referencia mucho más clara de la implicancia del proyecto de Extensión de la UNL con la Feria. El volumen de ventas superó en algunas ocasiones los treinta pedidos, siendo el número de bolsones aún mayor. De acuerdo a nuestro Informe del Proyecto (2022), señalamos que en este período se encontraban dos grandes grupos y/o comunidades de consumidores, uno vinculado al personal de la CTA y otro relacionado a la comunidad universitaria.

Otra de las cuestiones a destacar es nuevamente el ingreso de la Secretaría de Agricultura Familiar del Ministerio de Producción, Ganadería y Pesca de la Nación. Como mencionamos, dicho organismo estuvo en los comienzos de la Feria pero se vieron afectados a partir de la reducción de su personal en el gobierno de la Alianza Cambiemos, situación que no sólo afectó a Santa Fe sino a todo el país (ver Feito, 2020).

En el gráfico n°3 se visualizan las organizaciones que participaron activamente del proceso de intermediación y/o acompañamiento de esta experiencia, en el año 2021.



Gráfico N° 3

Intermediación Solidaria 2021

Elaboración propia

Como todo proceso de intervención desde la extensión universitaria y teniendo en cuenta que para la construcción de circuitos cortos de comercialización hay que repensar las estrategias que se desarrollan cotidianamente en espacios de construcción colectivos. Para ello, se realizaban reuniones entre las feriantes y el equipo interinstitucional, el lugar de encuentro era la Escuela de Monte Vera. A partir de estas reuniones se realizaba una evaluación del trabajo realizado y también se consideraban las demandas de las productoras. A partir de un diagnóstico elaborado conjuntamente podemos señalar la existencia de una serie de dificultades relacionadas con el acceso, la integración y participación en mercados tradicionales (por ejemplo, la participación en la ferias de la Sociedad de Quinteros); en la logística comercial,

específicamente en el transporte y, por último, financiamiento para la compra de insumos para el trabajo que llevan adelante las feriantes.

A partir de este último aspecto señalado, desde el equipo de trabajo de la UNL nos fijamos como objetivo realizar la intermediación necesaria con organizaciones formalizadas de la Economía Social y con áreas estatales para el acceso a políticas públicas para la obtención de insumos.

Luego de analizar diferentes experiencias vinculadas a la EPSS, desde el equipo de UNL nos contactamos con la Asociación Mutual del Personal Jerárquico de Bancos Oficiales Nacionales, particularmente con el área de gestión del Programa Manos Solidarias que

“tiene el objetivo de colaborar con instituciones u organizaciones que trabajan en el desarrollo de su comunidad y tengan necesidades reales y visibles. Para esto, contamos con un fondo que proviene del aporte de nuestros socios y colaboradores en las compras realizadas en las unidades de servicios (Farmacia Mutual, Ortopedia, Producción), en lo recaudado por reciclaje y venta de papel, cartón, aluminio; en las ventas internas de materiales en desuso y publicidad interna”(http://www.jerarquicos.com/estatica_0_1345_responsabilidad-social-y-sustentabilidad.html)

Una vez que presentamos el trabajo realizado con la Feria, completamos el trámite específico, obtuvimos una manguera para riego. Este proceso tuvo una duración de dos meses desde la puesta en contacto con la Mutual hasta la entrega del insumo. Teniendo en cuenta que eran tres las feriantes horticultoras que habían priorizado ese insumo, compramos otras dos mangueras con el presupuesto del Proyecto de Extensión y del Programa de Economía Social de la UNL. A fin de poder dar respuesta a la demanda establecida por las productoras.

Paralelamente, nos dirigimos a la Secretaría de Prácticas Socio-comunitarias del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia de Santa Fe, en la dependencia estatal se gestiona el Programa ACCIONAR. Como lo indica en la página web oficial:

Por medio de dicho programa, el Servicio Social cuenta con la posibilidad, según evaluación técnica, de brindar apoyos económicos destinados a cubrir necesidades de subsistencia diaria, adquisición de bienes o herramientas de trabajo, reparación y mejora de viviendas, entre las principales. Por medio de dicho programa, según evaluación técnica, de brindar apoyos económicos destinados a cubrir necesidades de subsistencia diaria, adquisición de bienes o herramientas de trabajo, reparación y mejora de viviendas, entre las principales. ([https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/view/full/235204/\(subtema\)/93751](https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/view/full/235204/(subtema)/93751))

Luego de varias conversaciones con una agente de planta de la Secretaría, accedimos al formulario para presentar el pedido del subsidio. En la planilla nos encontramos con algunos datos que debían completarse con cierta información personal de cada una de las productoras y también de sus “emprendimientos”. De esta forma el equipo de UNL, especialmente los y las estudiantes de la carrera de Trabajo Social, y la comunicadora social de UNER trabajaron coordinadamente para completar dicho formulario en conjunto con las productoras. Una vez finalizada la solicitud se coordinó con la técnica del INTA para trasladar a las productoras al Ministerio de Desarrollo Social y entregar la planilla a la dependencia provincial mencionada. Cabe destacar que para el presupuesto de los insumos, el equipo de la SAF realizó las consultas a comercios que venden hornos pizzeros en la localidad de Esperanza -que se encontraban a mejor precio

que en la ciudad de Santa Fe- para las productoras que trabajan con la producción de panificación. En cambio, las productoras hortícolas consultaron por su cuenta los insumos pertinentes para la producción.

Una vez otorgado el subsidio, una de las productoras de panificación, acompañada de un técnico de la SAF y de UNL viajaron hasta la localidad de Esperanza para poder realizar la transacción y luego llevar los tres hornos pizzeros a los domicilios de las productoras en Monte Vera y explicarles su funcionamiento. En el caso de las productoras hortícolas fueron ellas las encargadas de las compras de los insumos en los locales comerciales que habitualmente se dirigen.

En esta breve descripción de la intermediación solidaria para la compra de insumos, podemos coincidir con los aportes de la investigadora Malena Hopp sobre lo técnico y político, como expresa la autora:

“La innovación en las organizaciones y la construcción de nuevas formas de trabajo autogestionadas requiere del diálogo de distintos saberes, prácticas y experiencias técnicas y políticas, de la integración de saberes populares e informales (muchas veces invisibilizados y escasamente reconocidos) con conocimientos formalizados y especializados” (Hopp, 2021: 239).



Gráfico N° 4

Intermediación Solidaria 2021 + insumos

Elaboración propia

Para el año 2022, podemos destacar cuatro aspectos que le dan continuidad al trabajo de los circuitos cortos de comercialización y a la intermediación solidaria. El primero de ellos es la continuidad del nodo Santa Fe cada 15 días en la sede de la carrera de Trabajo Social. Para ello, se continuó con la preparación de los bolsones por parte de las productoras; la difusión y toma de pedidos por parte de la UNER y la UNL; los traslados de las cestas por el INTA y la SAF y el contacto con los consumidores por parte de las productoras en el nodo. El segundo aspecto, es la coordinación con los centros de estudiantes de la FCJS y de la carrera de Trabajo Social, la creación de un bolsón estudiantil. Si bien esta instancia se realizó sólo tres veces, tuvo una buena recepción por parte de los consumidores. En tercer lugar, continuamos con la incorporación de las productoras a la vida universitaria, se sumaron invitaciones del Ciclo de debate “El trabajo hoy” organizado por la Cátedra Abierta de Extensión y Políticas Públicas^[5], y se concretó un video del proyecto de extensión denominado “Ruralidad Solidaria” para el canal universitario Litus TV en el programa “En Territorio”^[6]. Por último,

a fines de dicho año, se elaboró un “recurso” de políticas públicas dirigidas al sector de la Agricultura Familiar y la EPSS[7], el cual fue entregado como material a las productoras. La finalidad de esta producción, fue la búsqueda de un mayor grado de autonomía en el grupo en general y, en cada una de las productoras en particular. Es decir, que puedan contar con un recurso que les permita indagar, gestionar y elaborar proyectos que las puedan beneficiar, sin depender de los tiempos y/o el impulso de los diferentes equipos técnicos.

El gráfico N°5 expone el entramado institucional del año 2022, con la incorporación de los centros de estudiantes de la FCJS, siendo parte de la intermediación solidaria y abriendo nuevos canales de comercialización.



Gráfico N° 5
Intermediación Solidaria 2022
Elaboración propia

Para finalizar con el apartado, en la Tabla N° 1 se mencionan, a modo de síntesis, las funciones llevadas a cabo por las feriantes y las instituciones en cada año y que fueron desarrolladas en el presente apartado.

Año	Institución /organización	Acciones desarrolladas en la intermediación
2020	Feria de Productoras	<ul style="list-style-type: none"> - Preparación de bolsones - Distribución de los bolsones en Monte Vera y Ángel Gallardo - Administración del dinero de las ventas
	UNL	<ul style="list-style-type: none"> - Difusión de la oferta - Toma de pedidos - Apoyo logístico (elaboración de mapas) - Acompañamiento en los nodos de distribución
	UNER	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de flyers - Difusión de la oferta - Toma de pedidos - Apoyo logístico - Talleres de uso de las redes sociales
	INTA	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinación para la preparación de los bolsones - Apoyo logístico: traslados - Acompañamiento técnico - Insumos a través del Programa Prohuerta - Coordinación con el nodo de distribución
	Escuela Técnica N° 324 de Monte Vera	<ul style="list-style-type: none"> - Venta de bolsones - Acompañamiento en los nodos de distribución - Organización de charlas virtuales con las productoras - Coordinación con el nodo de distribución
	Escuela Técnica N°481 de Santa Fe	
	CTA	<ul style="list-style-type: none"> - Nodos de distribución en Santa Fe
	El Solar de las Artes	
2021	Feria de Productoras	<ul style="list-style-type: none"> - Preparación de bolsones - Distribución de los bolsones en Monte Vera - Administración del dinero de las ventas
	UNL	<ul style="list-style-type: none"> - Difusión de la oferta - Toma de pedidos - Apoyo logístico (elaboración de mapas) - Acompañamiento en los nodos de distribución - Coordinación para la obtención de insumos: Gobierno de la Provincia de Santa Fe y Mutual de Jerárquicos Salud
	UNER	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de flyers - Difusión de la oferta - Toma de pedidos - Apoyo logístico - Acompañamiento en las políticas públicas
	INTA	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinación para la preparación de los bolsones - Apoyo logístico: traslados

Tabla N°1
Entramados organizacionales en la intermediación solidaria
 elaboración propia

5. Reflexiones finales

Lo expuesto hasta aquí, da cuenta del recorrido atravesado por esta experiencia desde la irrupción de la pandemia en 2020 hasta finales del año 2022, principalmente en dos sentidos. Por un lado, describimos la dinámica de la Feria propiamente dicha, con el foco puesto específicamente en el accionar de las productoras, el camino que fueron recorriendo y las decisiones que fueron tomando para consolidar un grupo asociativo que se sostiene hasta el día de hoy. Por otro lado, recuperamos el proceso de acompañamiento de los equipos técnicos que asistieron - y asisten - a la Feria de Productoras de Monte Vera, focalizándose sobre todo, en el accionar del equipo de Extensión de la UNL, sin dejar de identificar y reconocer el trabajo de las otras instituciones que también acompañan la feria.

Por otro lado, y en paralelo con lo anterior, se constituye de esta manera un circuito corto de comercialización, caracterizado tanto por su cercanía geográfica,

como por su cercanía ideológica. La idea de intermediación solidaria, no responde a un eslabón más de la cadena productiva, sino que por el contrario, busca propender poner cara a cara a las productoras con un grupo de consumidores específicos. Pero además, se destaca que todas las acciones realizadas por esta “Intermediación Técnica Solidaria”, tienden a consolidar la totalidad del proyecto. Las acciones coordinadas interinstitucionalmente, bajo la lógica de una red de colaboración solidaria, permitieron un mejoramiento en la producción a través de subsidios y políticas sociales, y; por otro lado, diferentes herramientas permitieron no solo que se fortalezca el canal de comercialización existente, sino que desarrollen nuevos espacios para llegar una mayor cantidad de consumidores. En definitiva, las prácticas llevadas a cabo por los equipos técnicos, buscaron - y continúan en la búsqueda - lograr la proyección y visibilización de las actividades de las productoras de la Feria de Monte Vera, no solo en términos comerciales/económicos, sino también sociales, culturales y políticos.

En esta construcción de los circuitos, es necesario observar cómo diferentes instituciones permanecen y cómo otras por distintas particularidades, tienden a retraerse por cuestiones internas o externas. Si bien sobre esta situación no profundizamos en este trabajo es objeto de otra discusión más amplia que es necesario analizarlas.

Teniendo en cuenta los objetivos propuestos al inicio de este artículo, podemos concluir que las dinámicas que se fueron desarrollando a través de los años, las entendemos como un proceso de intermediación solidaria. Es decir, la tarea de estos equipos técnicos se orienta al acompañamiento de la construcción de un nuevo espacio alternativo de comercialización, con la generación de nodos de distribución, donde el grupo de productoras pueda garantizar una parte de la reproducción de sus vidas. Consecuentemente, se planifican y ejecutan acciones para fomentar estos proyectos vitales, vinculando sus producciones de Monte Vera con consumidores de la ciudad de Santa Fe.

Referencias bibliográficas

- Andrada, N., Rial, S. & Adriani, H. L. (2021). Comercialización y Agricultura Familiar. El caso de El Paseo de la Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de La Plata: impactos de la pandemia COVID 19 y el ASPO en su configuración territorial. *Pampa*, (24), e0040. <https://doi.org/10.14409/pampa.2021.24.e0040>
- Arnaiz, C., Isola Zorrozuza, F., Niño, L., & Jurado, E. (2022). Experiencias de Intermediación Solidaria con Nodos de Consumo en el partido de Quilmes y aledaños. *Otra Economía*, 15(28), 184-200. Recuperado a partir de <https://www.revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/15004>
- Arzeno, M. (2022). Construyendo un lugar alternativo de consumo de alimentos. El caso de las “comercializadoras solidarias” en Buenos Aires. *Huellas*, 26(1), 63-101. Recuperado a partir de <https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/huellas/article/view/6060>
- Caracciolo, M. (2014). Economía Social y Solidaria: mercados y valor agregado en actividades rurales y urbanas. En Rofman, Alejandro y García, Ariel (Comps.) *Economía Solidaria y Cuestión Regional en la Argentina del siglo XXI*. Disponible en: <http://www.ceurconicet.gov.ar/imagenes/2014.pdf>
- Caracciolo, M., Dumrauf, S., González, E., Moricz, M., & Real, A. (2012). Modalidades alternativas de comercialización en la agricultura familiar: entre

- el supermercado y la soberanía alimentaria. VI Jornadas Nacionales de Investigadores de las Economías Regionales en “Economía Social y Solidaria: Experiencia.
- Cardozo, L.; Montero, J.; Vénica, A. & Enrique, E. (2022). Nuevas ruralidades solidarias en el periurbano norte santafesino. La Feria de Productoras de Monte Vera (2016-2020). Documento de Trabajo N° 1. Secretaría de Extensión y Cultura. Universidad Nacional del Litoral.
- Cardozo, L.; Montero, J. & Vénica, A. (2022). Novas ruralidades solidárias na periferia norte de Santa Fé: A Feira dos Produtores de Monte Vera, possibilidades e limites no período 2016-2020. *EntreAções: diálogos em extensão*, v. 2, n. 2, pp. 38-55. <https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/entreacoes/article/view/810>
- Chiroque Solano, H. A. & Niño, L. (2019). La experiencia de la Incubadora Universitaria de Economía, Mercados y Finanzas Solidarias de la Universidad Nacional de Quilmes: incubación de procesos para impulsar circuitos económicos solidarios. *Otra Economía*, 12(21), 248-260. Recuperado a partir de <https://www.revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/14786>
- Craviotti, C. & Soleno, R. (2016). Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. *Mundo Agrario*, 16(33). Recuperado a partir de <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv16n33a01>
- Dziencielsky, V. (2019). Comercialización y consumo de alimentos en la economía social y solidaria: sistematización de tres experiencias de la Ciudad de Buenos Aires. *Revista de Ciencias Sociales. Segunda Época*, 11(37), 105-117.
- Fasano, P., Perez Campos, M. L., Espósito, P., Fontelles, P., Morzán, M., Muscia, M., Ramirez, G., Richard, D., Rodas, A., Roquel, I., & Schneider, G. (2019). ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación comunitaria? Etnografía de un proceso desde la universidad. *Ciencia, Docencia y Tecnología Suplemento*, 9(9). Recuperado a partir de <https://pcient.uner.edu.ar/index.php/Scdyt/article/view/629>
- Feito, M. C. (2020). Políticas públicas y gestión para la agricultura familiar en el Área Metropolitana de Buenos Aires: problemas y desafíos. En Cardozo, M. M.; Acosta Nates, P. *Contribuciones al estudio latinoamericano del Rururbano*, Ediciones UNL. pp. 376 - 394.
- Enrique E.; Cardozo, L. & Mudrick, M. L. (2023) Nuevas ruralidades solidarias en tiempo de pandemia. Un abordaje desde los testimonios de las integrantes de la “Feria de productoras de Monte Vera” del área metropolitana de Santa Fe (Argentina). *Redes de Extensión*, 10 (1). (En prensa).
- Fernández, L. (2021). Caracterización de la comercialización de bolsones agroecológicos. Estudio de caso en La Plata, 2019-2020. *Revista Huellas* 25(1), 193-209. Recuperado de: <http://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/huellas>
- Fernández, L. & Craviotti, C. (2022). Circuitos alternativos de comercialización en pandemia. Actores, dispositivos y procesos de adaptación. El caso de La Plata (Argentina). *Papeles de Trabajo. Centro de Estudios Interdisciplinarios en Etnolingüística y Antropología Socio-Cultural*, (43). <https://doi.org/10.35305/revista.vi43.210>
- González, E.; Moricz, M. & Dumrauf, S. (2012). *Modalidades alternativas de comercialización en la agricultura familiar: entre el supermercado y la soberanía alimentaria*. INTA- Subsecretaría de Agricultura Familiar. IDAES/UNSAM.
- Hopp, M. (2021). Lo técnico y lo político en la política social. Reflexiones a partir de la experiencia de una cooperativa apoyada por políticas de promoción del trabajo

- asociativo y autogestionado en Argentina. *Cátedra Paralela*, 19, 223–242. <https://doi.org/10.35305/cp.vi19.309>
- Jurado, E., Arnaiz, C., Isola, F., & Niño, L. (2023). Espacios reticulares bajo una trama solidaria. Circuitos cortos de alimentos de origen agrícola con mercados de cercanía en el Partido de Quilmes (Provincia de Buenos Aires, Argentina). *Revista Nera*, 26(67). <https://doi.org/10.47946/rnera.v26i67.10054>
- Dziencielsky, V. & Laborda, V. (2020). El valor de la intermediación solidaria. *Revista Idelcoop*, 232, 13-40.
- Leonard, A. & Conrad, A. (2018). *La historia de las Cosas: De cómo nuestra obsesión por las cosas está destruyendo el planeta, nuestras comunidades y nuestra salud. Y una visión del cambio*. Fondo de Cultura Económica.
- De Melo Lisboa, A. (2004). “Mercado Solidario”. En: A. D. Cattani (organizador), *La Otra Economía*. Altamira, Buenos Aires.
- Mance, E. (2002). Consumo solidario y Redes de colaboración. DICCIONARIO DE LA OTRA ECONOMÍA.
- Mance, E. A. (2006). Cadenas productivas solidarias. *Revista vinculando*.
- Mendonça Menezes, Sônia de Souza; Souza de Deus, José Antônio; Cervo Chelotti, Marcelo & Santos Caldas, Alcides dos (2021) *Geografía dos Alimentos: territorialidades, identidades e valorização dos saberes e fazeres*. Aracaju, SE: Criação Editora.
- Michellini, J. J. & Abad, L. (2018). Nuevas prácticas colaborativas, cuestión alimentaria y desarrollo urbano: los grupos de consumo agroecológico en Vallecas, Madrid. J. Sanz y J. Delgadillo (Coords.), *Sistemas agroalimentarios de proximidad. Contextos rurubanos en México y España*. Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM-Consejo Superior de Investigaciones Científicas-Instituto de Economía, Geografía y Demografía.
- Miño M. (2014). Repensando el consumo desde el cooperativismo. *Revista Idelcoop*, 212, 40-50.
- Poggi, M., y Pinto, L. H. (2021). Visibilización de la agroecología periurbana durante la pandemia: el uso de las redes sociales para la militancia del plato. *Tomo*, 38, 215-249.
- Vénica, A., Montero, J. & Cardozo, L. (2019). Territorios de la agricultura familiar: las ferias como dispositivos de comercialización desde una perspectiva de género. Jornada de Jóvenes Investigadores en Ciencias Sociales. ISP N° 2 Dr. Joaquín V. González. Rafaela, Santa Fe.
- Vénica, A. & Montero, J. (2020). Mujeres en la Economía Social y Solidaria. Estudio de caso de mujeres rurales de familias hortícolas del periurbano norte santafesino, durante el período 2019-2020. (Tesis de grado). Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional del Litoral, Ciudad de Santa Fe, Argentina. Disponible en <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/bitstream/handle/11185/5755/Tesina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Notas

- [1] El Proyecto de Extensión de Interés Social “Nuevas ruralidades solidarias en el periurbano norte santafesino” (2019-2021), luego se continuó con la Acción de Extensión al Territorio “Fortalecimiento a experiencias socio-productivas y políticas públicas de promoción de la Economía Social y Solidaria del periurbano norte santafesino” (2021-2022). Actualmente se desarrolla el Proyecto de Extensión de Interés Social “Nuevas Ruralidades Solidarias: construcción de circuitos cortos

de comercialización campo-ciudad” (2022-2024). Los proyectos fueron y son implementados en el marco de la Secretaría de Extensión y Cultura de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional del Litoral. A su vez el artículo forma parte del proyecto de investigación CAI+D Orientado 2022: “Cooperativas de trabajo, experiencias socioproductivas y políticas públicas de promoción de la economía social y solidaria en Santa Fe y Reconquista y sus áreas de influencias (Provincia de Santa Fe, Argentina)” bajo la dirección de Julio Tealdo y codirección de Lucas Cardozo, en ejecución, en la mencionada unidad académica.

- [2] En sus comienzos contó con el financiamiento del Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (PROFEDER 2015-2020) “Proyecto de Desarrollo Territorial: la soberanía alimentaria desde la comunicación comunitaria”. Integrado por la agencia INTA Monte Vera; las radios comunitarias 100.1 Mhz. Frecuencia Integrada (Ángel Gallardo) y 98.5 Mhz. Voces de la Costa (Arroyo Leyes); el Área de Comunicación Comunitaria de la Facultad de Ciencias de la Educación (Universidad Nacional de Entre Ríos) y la Delegación Santa Fe de la Secretaría de Agricultura Familiar de la Nación.
- [3] Desde la UNER desarrolla actividades de extensión vinculadas a la comunicación comunitaria, sobre el enfoque ver el trabajo de Fasano *et al.* (2019). Entre los proyectos correspondientes al período de análisis podemos mencionar los siguientes: Acción de Extensión “Hablemos con la boca llena y barbijo”. Acciones de apoyo a la comercialización de agricultores y agricultoras familiares en tiempos de pandemia Covid -19, directora Patricia Fontelles (2020- 2021) y el Proyecto de Extensión “Soberanía alimentaria, economía social y comunicación comunitaria”, directora Marianela Morzán (2022 -2023).
- [4] Entre los productos comercializados se destacan dentro del rubro de la panificación: pan casero, torta asada, tortas fritas, panes integrales con semilla y pastelitos. De la producción hortícola: remolacha, acelga, rúcula, achicoria, lechuga, espinaca, verdeo, berenjena, zapallitos, paltas, plantas aromáticas, medicinales y flores, producidas tanto de manera agroecológica como tradicional.
- [5] El encuentro fue transmitido en vivo y grabado. Se puede visualizar en: <https://www.youtube.com/watch?v=SD-L-zsgGLc&list=PLAW1GJCsEiMmBO3juygLODVtvKgHrESee&index=3>
- [6] El video se encuentra disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=bYPg1LoS3Po>
- [7] Para la confección del mismo se consultaron con los técnicos del INTA y de la SAF sobre los programas específicos de cada una de las carteras estatales correspondientes.

Notas de autor

- * Lucas Gabriel Cardozo. Licenciado en Geografía, egresado de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Universidad Nacional del Litoral (UNL); Magíster en Economía Social por el Instituto del Conurbano de la Universidad Nacional General Sarmiento. Becario doctoral de la UNL, doctorando en Humanidades, mención Geografía de la misma universidad. Docente, investigador y extensionista de la carrera de Trabajo Social de la FCJS, UNL.
- * Marcos Zordan. Licenciado en Trabajo Social por la Universidad Nacional del Litoral. Integrante de proyectos de investigación y de extensión de la UNL. Sus líneas de trabajo se vinculan a economía popular, consumo e intermediación solidaria.