

TRANSFORMACIONES SUBJETIVAS Y VALORIZACIÓN ECONÓMICA EN ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA. LA EXPERIENCIA DE INCUBACIÓN DE DISPOSITIVOS INNOVADORES DESDE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES, ARGENTINA

Altschuler, Bárbara; Pagani, Wanda; Sciarretta, Vanessa; Marcelina Orellana y Angelino,
Flavia. Universidad Nacional de Quilmes (UNQ)

Altschuler, Bárbara: Lic. en Sociología y Doctora en Ciencias Sociales. Docente e
Investigadora. Directora del Observatorio de la Economía social y solidaria de la UNQ
baltschuler@unq.edu.ar

Pagani, Wanda: Prof. y Lic. en Sociología. Maestranda en Metodología de la investigación.
Docente e investigadora de la UNQ. wanda.pagani@unq.edu.ar

Sciarretta, Vanessa: Lic. en Economía y Magíster en Desarrollo Local. Docente e
Investigadora de la UNQ. vanessa.sciarretta@unq.edu.ar

Angelino, Flavia: Lic. en Sociología, Prof. en enseñanza normal, especial y superior en
sociología, UBA. Docente e investigadora de la UNQ fonilegna@gmail.com

Marcelina Orellana: Técnica Universitaria en Economía Social y Solidaria UNQ. Becaria de
Investigación y Docencia cemaratoo@gmail.com

GT 11- Resistências da economia solidária no contexto de crise: alternativas da produção, comercialização e consumo em rede

Resumen

El desarrollo de la Economía Social y Solidaria (ESS), campo socioeconómico en construcción y expansión, requiere importantes procesos de innovación social y socio-técnica así como esfuerzos significativos de acompañamiento, desarrollo e investigación. Desde el Proyecto Construyendo Redes Emprendedoras en Economía social (CREES) y el Observatorio del Sur de la Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), desarrollamos desde 2006 una vasta experiencia en extensión, formación e investigación, a la cual se suma en 2013 la incubación en ESS, con la creación del Programa Universitario de Incubación Social (PUIS).

En este marco, nuestro equipo de Investigación-Acción-Participativa (IAP) viene trabajando desde 2017 en el relevamiento y análisis de los procesos que desarrollan las Incubadoras Universitarias (IU); las características propias y distintivas de la *Incubación de proceso* que propone el PUIS; la identificación de necesidades e intereses de investigación de las

incubadoras y el estudio en profundidad de algunos dispositivos innovadores desarrollados por las mismas: *Obrador*, *Tienda Colectiva*, *Almacén Autogestivo* y *Mercado Territorial*. Actualmente estamos trabajando en sistematizar dicha experiencia para extraer aprendizajes significativos, elaborar materiales de difusión y manuales metodológicos, para pensar y facilitar procesos de *re-aplicación* de los mismos en otros contextos territoriales, actorales y socio-institucionales.

En este trabajo nos proponemos compartir avances del proyecto de investigación en el análisis de entrevistas y encuestas realizadas a emprendedoras/es, referentes de organizaciones sociales que las/os agrupan y coordinadores de dos de los Dispositivos Incubados: el *Obrador*, espacio de trabajo y acompañamiento a distintos tipos de emprendedores de la ESS, que inicia en 2015 en la UNQ impulsado por la IU de Empresa Social; y la *Tienda Colectiva*, espacio de feria co-gestionada que se desarrolla desde 2016, coordinada conjuntamente por las IU de Economía Mercados y Finanzas y Empresa Social.

Al respecto, nos preguntamos por las transformaciones subjetivas, intersubjetivas y vinculares de los/as emprendedores desde su participación en dichos dispositivos, así como el impacto y las estrategias que desarrollaron ante la pandemia de Covid-19. Asimismo, nos interrogamos sobre qué entendemos por valorización económica desde la ESS y cómo podemos dimensionar dicha cuestión en las experiencias estudiadas, antes y durante la pandemia.

Asimismo, desde nuestra perspectiva metodológica, nos proponemos el desarrollo de una metodología de IAP para la ESS, consolidar un equipo multi actoral formado en dicho enfoque, y aportar a la articulación entre las funciones de formación, extensión e incubación universitarias y la investigación social aplicada.

1. Introducción

Compartimos en esta ponencia avances del proyecto “La Investigación Acción Participativa como aporte a la re-aplicación de experiencias de Incubación Universitaria en Economía Social y Solidaria” de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), en el cual sistematizamos y analizamos algunos procesos impulsados desde el Programa Universitario de Incubación Social (PUIS)¹. Este programa, que inicia en 2014, forma parte de un amplio conjunto de iniciativas en el campo de la Economía Social y Solidaria (ESS) que venimos desarrollando desde hace más de 10 años en la UNQ, en el marco del Proyecto CREES (Construyendo

¹ Este proyecto, aprobado y financiado por la Secretaría de Investigación de la UNQ (2020- 2021), da continuidad a uno anterior (2018- 2019). Es dirigido por Bárbara Altschuler y co- Dirigido por Wanda Pagani, contando con Marcelina Orellana como becaria y con Vanessa Sciarretta y Flavia Angelino como investigadoras, dentro de un equipo de docentes, extensionistas, estudiantes, graduados/as y actores sociales que llevamos adelante esta investigación acción participativa en el campo de la Economía social y solidaria.

Redes Emprendedoras en Economía Social). Desde allí, desarrollamos un intenso trabajo de formación integral en ESS (que va desde la extensión hasta el posgrado), de extensión universitaria (con 16 proyectos en marcha en la actualidad) y de investigación-acción participativa, en estrecho diálogo y sinergia con múltiples líneas de desarrollo socio- técnico e innovación social que se llevan adelante desde las Incubadoras Universitarias (IU) del PUIS, desde una perspectiva y una práctica multiactoral y multidisciplinar.

En este marco, con el objeto de aportar a la construcción de conocimientos colectivos y la reflexión sobre las prácticas, en nuestro proyecto de IAP nos propusimos estudiar en profundidad algunos dispositivos innovadores desarrollados por las Incubadoras de Economía, Mercados y Finanzas y de Empresa Social: El *Obrador (O)*, que inicia sus actividades en 2015 y constituye un espacio de acompañamiento, intercambio y desarrollo de emprendedores/as de la ESS que funciona de manera quincenal; y la *Tienda Colectiva (TC)*, una propuesta de comercialización que desde 2016 integra 9 organizaciones sociales y más de 100 emprendedores/as, en una propuesta de gestión colectiva de los productos y las ventas con sede en la propia universidad. Estas experiencias desarrolladas desde el PUIS y el CREES se suman a muchas otras de construcción de mercados alternativos y solidarios, y de desarrollo de dispositivos y tecnologías sociales para su potenciación y escalaridad, como son el *Almacén Autogestivo*, *Mercado Territorial*, la plataforma *Chasqui*, *Central Cooperativa*, *Alta Red*, entre otras².

El enfoque de nuestro trabajo de investigación es la IAP, ya que entendemos que por su carácter pedagógico, dialógico y de construcción colectiva de conocimientos (Fals Borda, 1999 y 2013; Rodríguez Villasante, 2000) resulta especialmente pertinente para el campo de la ESS, en diálogo con las prácticas de educación popular y los procesos de construcción multiactorales que llevamos adelante (Altschuler, Niño, *et.al.*, 2020).

De acuerdo a la metodología de IAP propuesta, el proyecto de investigación fue diseñado de manera conjunta con miembros de las Incubadoras Universitarias, a partir de diversos encuentros de trabajo realizados entre 2019 y 2021, en los cuales se realizó el siguiente recorrido: 1) lecturas y debates colectivos sobre el marco conceptual; 2) elaboración conjunta del proyecto y los objetivos específicos de la investigación; 3) entrevista a las/os coordinadores de los dispositivos; 4) una encuesta a 20 emprendedores que participan del Obrador y la Tienda Colectiva (2019); 5) entrevistas a referentes de las organizaciones que agrupan a dichos emprendimientos; 6) procesamiento y análisis de información de manera participativa; 7) taller de puesta en común y socialización de resultados con las/os

² Al respecto pueden visitarse: <http://observatorioess.org.ar/>; <http://www.unq.edu.ar/secciones/384-programa-universitario-de-incubaci%C3%B3n-social/>

participantes (2021).

De estos encuentros y acuerdos de trabajo surgen como temáticas de interés el estudio y sistematización de los *procesos de transformación subjetiva, intersubjetiva y vinculares* de las y los participantes de los dispositivos (emprendedores); el análisis de los *procesos de valorización económica de los emprendimientos de la ESS* a partir de su participación en los mismos, y la interacción (no lineal) entre ambos procesos. Estas temáticas de interés derivan de problemas, debates y preguntas de investigación que surgían de los encuentros participativos. Por un lado, si bien era un elemento acordado entre las/los participantes la existencia de procesos de transformación subjetiva (por el paso del emprendedor individual al asociativo, su participación en organizaciones, redes y dispositivos colectivos), no contábamos con un análisis más sistemático sobre qué implicaban dichos cambios, cómo podían estos categorizarse y dimensionarse, cuál era su vinculación con los dispositivos desarrollados desde las IU, y cuál era la autopercepción de los mismos por parte de las y los emprendedores. Por otra parte, nos preguntamos qué entendemos por valorización económica en el marco de la ESS (lo cual se desprendía a su vez de debates propios que subyacen a este campo, no siempre lo suficientemente explicitados), qué diversas dimensiones subyacen a dicho concepto, y cómo se conjugan en la dimensión económica, la social y la política.

En tercer lugar, ya que el grueso del trabajo de campo fue realizado durante 2019, es decir en el período pre-pandemia de COVID 19, nos interesaba conocer el impacto que ésta había tenido en las/los emprendedores y sus organizaciones de base, así como las estrategias desarrolladas ante la pandemia, teniendo en cuenta -entre otros múltiples impactos aún difíciles de dimensionar- que por ejemplo las ferias, espacio privilegiado de venta de los emprendimientos, no se desarrollaron durante todo el 2020 y que la universidad permaneció cerrada en todo el período, y que si bien las actividades de las IU y de los dispositivos en estudio no se discontinuaron en ningún momento, sí experimentaron fuertes cambios en su modo de funcionamiento y organización. En este sentido, nos interesa indagar también en adelante, de qué modo y en qué medida, la experiencia colectiva y organizativa previa en los dispositivos estudiados resultó (o no) un cierto colchón de soporte, en tanto proveedora de un andamiaje de herramientas, redes de ayuda mutua y organización colectiva que se haya podido poner en marcha en un periodo de hiper crisis como fue el año 2020, cuando a una crisis económica nacional que ya era considerable desde hacía varios años se suma una pandemia mundial y el cierre de actividades y movilidad que implicó el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) en Argentina.

En síntesis, el estudio hasta el período actual contempló una serie de categorías de investigación, de las cuales presentamos una síntesis en este trabajo (aún en proceso y del cual

no planteamos conclusiones finales sino avances que nos proponen nuevas preguntas y desafíos colectivos), a saber: 1) la caracterización de los dispositivos Obrador y Tienda Colectiva; 2) tipología y caracterización de emprendedores y emprendimientos participantes; 3) transformaciones auto percibidas de la subjetividad vinculada a la ESS: dimensión subjetiva, intersubjetiva y vincular; 4) procesos de valorización económica y diversas dimensiones que implica desde la perspectiva y práctica de la ESS, y 5) impacto y estrategias de los emprendimientos y las organizaciones durante el período de Pandemia por COVID- 19. Las mismas se insertan a su vez en una indagación transversal y de largo plazo sobre los procedimientos, metodologías, tensiones y desafíos que nos plantea la incubación universitaria de dispositivos de la ESS en cuanto a los procesos de autonomía y sustentabilidad de los emprendimientos y sus organizaciones; y sobre la metodología y práctica de la IAP desde la universidad pública como propuesta de construcción de conocimientos colectivos para la ESS y de transformación social.

2. Diseño metodológico de la investigación

Comenzamos la tarea de planteamiento de la investigación a principios de 2019 construyendo en forma conjunta el marco conceptual y el diseño de la investigación entre el equipo IAP y la INES. Esta etapa incluyó la definición de categorías, preguntas y objetivos de investigación, para lo cual entre otras estrategias, se trabajó en la construcción de mapas conceptuales. Se realizaron entrevistas cualitativas en profundidad a coordinadores de ambos dispositivos (3 en total) Obrador (O) y Tienda Colectiva (TC), que luego fueron analizadas en una matriz de análisis construida por el equipo de investigación. También se realizaron entrevistas a los responsables de comisiones de trabajo de la TC: Gastronomía, Polirubro y Tesorero.

Estas primeras aproximaciones al objeto de estudio fueron insumo para el diseño de una encuesta semi estructurada por parte del equipo IAP, con preguntas abiertas y cerradas para ser implementada con emprendimientos que participaban de los dispositivos seleccionados. La encuesta se elaboró en base a las entrevistas realizadas y a la revisión de instrumentos de relevamiento similares preexistentes. Dado que la encuesta se proponía sistematizar la experiencia realizada por los emprendimientos a partir de su participación en los dispositivos se tomó como criterio de inclusión que llevaran al menos 2 años de participación en alguno de ellos. Fue implementada a finales de 2019 a una muestra representativa (combinando muestreo aleatorio e intencional) con un total de 20 encuestas realizadas. Para este trabajo de campo se conformó un sub-equipo integrado por docentes investigadores/as, graduados/as, estudiantes y colaboradores/as, quienes trabajaron de manera coordinada con la dirección del proyecto IAP. Las encuestas fueron procesadas de manera colectiva por el equipo IAP,

construyendo por un lado una matriz de datos para las preguntas cerradas y por otro un análisis cualitativo y construcción de categorías para las preguntas abiertas. También se diseñaron fichas de síntesis de las características de los dispositivos.

En el caso del análisis de datos de las preguntas cerradas de las encuestas se decidió, para algunos análisis en particular, agrupar las respuestas distribuyendo los casos en dos grupos: uno en el que se incluyeron las respuestas de quienes sólo participaban de la TC y otro grupo que reunía a quienes participaban de ambos dispositivos. Ello se relaciona con la pregunta e hipótesis de investigación en relación con la mayor incidencia del dispositivo Obrador en relación a transformaciones y fortalecimiento subjetivo y vincular en clave de ESS.

En 2021, a partir de la emergencia de la pandemia del COVID-19 se realizó el diseño e implementación de Fichas de caracterización de las 9 Organizaciones sociales que participan de la TC, a partir de entrevistas a sus referentes. El diseño fue elaborado por el equipo IAP y la implementación y procesamiento estuvo a cargo de un sub-equipo conformado por la becaria del proyecto y graduadas/os que forman parte del equipo.

Finalmente, en julio de 2021 se realizó un taller de puesta en común y socialización de resultados con las/os participantes de ambos dispositivos analizados.

3. Análisis preliminar de resultados

3.1. Caracterización de los dispositivos, emprendimientos y emprendedores



El objetivo de la TC es la visibilización y comercialización de productos de la ESS, así como el encuentro entre sus productores que favorezca la

interrelación, el crecimiento personal y grupal. Es una iniciativa impulsada desde las IU Empresa Social y Economía Mercados y Finanzas. Su fecha de inicio es 2016. Hasta que comenzó la pandemia tuvo una frecuencia de funcionamiento quincenal y participan de la misma 9 organizaciones que nuclean más de 100 emprendimientos. El territorio de inserción de estos es la zona sur del conurbano bonaerense: Berazategui, Quilmes, Florencio Varela, Lomas de Zamora, Lanús y CABA. Los espacios de comercialización son las Ferias, Tiendas colectivas y Redes Sociales.

Estas organizaciones tienen una antigüedad de entre 6 y 7 años. Las mismas no están formalizadas ante ninguna figura jurídica, su estructura organizativa es similar en todas, cada

una cuenta un coordinador/ra, toman las decisiones de manera participativa en reuniones de frecuencias mensuales.

El objetivo del Obrador es el intercambio de experiencias productivas y personales que aporten a la construcción grupal y personal de las/los participantes. Es una iniciativa desarrollada por la IU Empresa Social, inició en 2015, tiene una frecuencia de funcionamiento mensual y participan alrededor de 9 emprendimientos.

Ambos dispositivos surgen con el objetivo de fortalecer el campo de acción y la sostenibilidad de

los emprendimientos de la ESS y la economía popular (EP), haciendo frente a algunas de sus principales dificultades como el acceso a mercados, la escala productiva, la visibilidad y presentación de los productos, la organización del trabajo. Desde los dispositivos se trabaja haciendo hincapié en la dimensión colectiva y asociativa para la gestión, y en dar centralidad a la dimensión vincular en la organización de los procesos de trabajo. Cada dispositivo cuenta con dos (2) docentes-extensionistas que coordinan el espacio, así como con algunas/os becarios y técnicas/os que colaboran en la tarea.

- *Participación de los emprendimientos en los dispositivos*

De los emprendimientos encuestados 4 participan exclusivamente de Obrador, 9 solo de la Tienda Colectiva, y 7 participan de ambos dispositivos. Aclaremos que en el caso de la TC se trata de emprendimientos que participan como parte de una organización y o red de emprendimientos. En el O no es una condición obligatoria ser parte de una organización, se trata de emprendimientos colectivos, no necesariamente en red.

De los emprendimientos que participan en el O la mayoría comenzó a participar desde el inicio del dispositivo en 2015. En la TC un grupo comienza en 2016 (fecha en la que surge la TC) y otros se van sumando desde el 2017. Es de destacar que hay puentes importantes entre O y TC, ya que hay emprendedores que van de uno al otro, e incluso el Obrador mismo participa como una organización más en la Tienda Colectiva.

- *Caracterización de las y los emprendedores*

La gran mayoría de las/os encuestadas/os pertenecen al género femenino (18 mujeres, 90%, y 2 varones). Las y los integrantes de los emprendimientos se concentran en dos rangos de edad: entre 46 y 55 años (45% en ambos dispositivos) y de 56 a 65 (70% en la TC). La edad media de los/as encuestados/as es de 48 años, siendo en su mayoría mayores de 25 años.

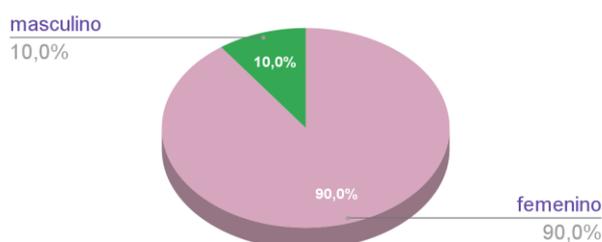


En ambos dispositivos el nivel socioeducativo mayoritario es secundario (incompleto y completo), y en algunas/os casos han avanzado en niveles terciarios (incompleto o completo) que alude en particular a la Tecnicatura Universitaria en ESS de la UNQ (TUESS), de la cual son estudiantes y desde la cual se vinculan al

dispositivo. En su mayoría las/los integrantes tienen formación específica en ESS, algunas/os a partir del Diploma de Extensión en Operadores Socioeducativo en Economía Social y Solidaria (DOSESS) también de la UNQ y otros cursos específicos que se ofrecen desde el área.

Estos datos nos devuelven una caracterización propia y típica de los emprendimientos con los cuales trabajamos, donde se destaca el protagonismo y la prevalencia de las mujeres en las experiencias de la ESS (emprendimientos autogestionados y asociativos de trabajadores, ferias, experiencias de la agricultura familiar, grupos de consumo y comercialización)³ y de la EP donde aparecen también como principal destinataria de políticas públicas que se proponen revertir la feminización de la pobreza a través la promoción de formas de trabajo vinculadas a la economía social (Bottini, Sciarretta, 2017)⁴. Esta presencia nos invita a reflexionar sobre los emprendimientos de los dispositivos desde una perspectiva de género, problematizando el rol que estos últimos ocupan en la generación de trabajo para estas mujeres, así como la cuestión y rol de las tareas cuidado incide o ha incidido en su desarrollo. Mujeres con dificultad de acceso en el mercado de trabajo formal, por sus edades, por sus vivencias, que en algunos casos han podido terminar sus estudios, en otros casos no y que encuentran en la forma de trabajo autogestiva una salida laboral, una estrategia en algunos casos para insertarse en el mundo del trabajo y conciliar las tareas de cuidados o para poder retomar y re apropiarse de espacios que tuvo que *dejar de lado*, para ocuparse del cuidado “de los/las hijos/as, u otros familiares” (Bottini, Sciarretta, 2017).

Gráfico n. 1
% integrantes de los emprendimientos según generos



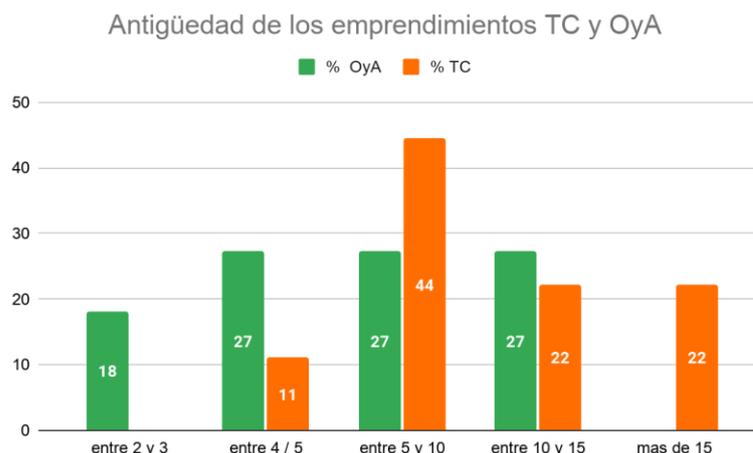
³ Estas experiencias se distinguen de la ESS tradicional que engloba las experiencias de las cooperativas y de las mutuales y las asociaciones, clasificándolas según enfoque institucional (forma jurídica) y normativos (principios, modalidad de gestión, relación con la comunidad). Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en Argentina”, Pastore, Rodolfo, *Revista de Ciencias Sociales*, Universidad Nacional de Quilmes. Año 2. Número 18, 2010.

⁴ Por ejemplo el Programa Argentina Trabaja y Ellas Hacen a partir del 2010. Actualmente estos Programas junto a “Proyectos Productivos Comunitarios” se unificaron en el llamado Potenciar Trabajo, el cual busca mejorar la empleabilidad y la generación de nuevas propuestas productivas a través de la terminalidad educativa, la formación laboral y la certificación de competencias. Puede consultarse Pastore y Altschuler (2015).

- *Antigüedad de los emprendimientos*

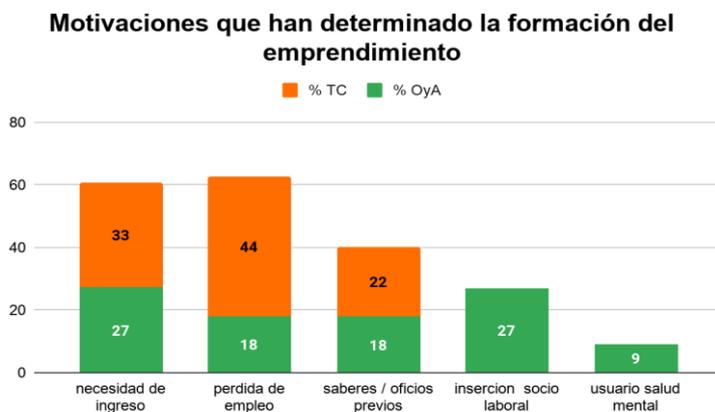
Al considerar la antigüedad del emprendimiento encontramos diversas situaciones, pero en general podemos observar que se trata de emprendimientos con una trayectoria bastante consolidada, se concentran en la franja que va entre 6 y 10 años (35%) y entre 11 y 15 años de antigüedad (25%) y algunos con más de 15 años, particularmente en la TC, aunque encontramos también emprendimientos más jóvenes, de entre 2 y 3 años de vida.

Gráfico 2



- *Motivación de origen de los emprendimientos*

Gráfico 3



La mayoría de las y los encuestadas/os de ambos dispositivos consideran que el origen de su emprendimiento está asociado a la pérdida del empleo y la necesidad de generar ingresos. Se trata de un dato importante que revela la necesidad de generar “trabajo”

de manera autogestionada para sostenerse a partir de la pérdida de un “empleo” y que pone en evidencia el conflicto capital/trabajo, problemática estructural en el marco capitalista, pero que se acentuó a partir de la fuerte crisis económica pre pandémica, en el contexto socioeconómico argentino durante el gobierno macrista (2016/2019). Es interesante destacar que también se mencionan saberes específicos y oficios preexistentes que han generado el inicio del emprendimiento. En el caso particular del O el origen del emprendimiento está asociado también a la necesidad de inserción laboral para colectivos vulnerables así como

para usuarios de salud mental, dada la propuesta de este dispositivo de trabajar desde la figura de “Empresa social”, que articula a estos grupos sociales.

- *Rubro de los emprendimientos*

Todas/os las y los participantes que se encuentran solo en el O realizan su actividad en el rubro de gastronomía, mientras que en la TC, si bien la gastronomía es importante (38%), un grupo mayor (50%) describe su emprendimiento en el amplio rubro de artesanado, actividad textil, papelería, otros, los cuales son agrupados bajo la categoría de “polirubro” por la propia organización.

Retomando a Norma Sanchis (2013), podemos decir que se trata de emprendimientos que suelen concentrarse en sectores con alta intensidad de trabajo, fuertemente feminizados, como (textiles, gastronomía) y las artesanías, sectores que presentan un alto grado de informalidad, caracterizado por una mayor precarización y desprotección social. Emprendimientos que no requieren una gran inversión económica y tecnológica y donde la actividad se configura en muchos casos como una extensión de un “saber hacer”, vinculado a las tareas domésticas no remuneradas, como en el caso de la gastronomía que ocupa un rol central en los dispositivos y que se transforma en una actividad que genera trabajo e ingreso afuera del espacio doméstico (Bottini, Sciarretta, 2017).

Por otra parte, la prevalencia de la gastronomía respecto al sector polirubro, se traduce en algunas tensiones al interior de la TC, dada las trayectorias organizativas de las/os emprendedoras/es y las diversas temporalidades de venta: la gastronomía tiene una salida comercial diaria, mientras que las artesanías ven resentido su mercado, particularmente en tiempos de crisis. Esta disparidad en los volúmenes de venta y por tanto en los ingresos percibidos de ambos grupos, sumada a formas de liderazgo y organización diferenciadas, traen como señalamos algunas tensiones que han sido objeto de acompañamiento e intervenciones institucionales por parte de la coordinación para lograr acuerdos colectivos y gestionar conflictos (Entrevistas a coordinadores de dispositivos y referentes de TC, 2019).

- *Integrantes de los Emprendimientos*

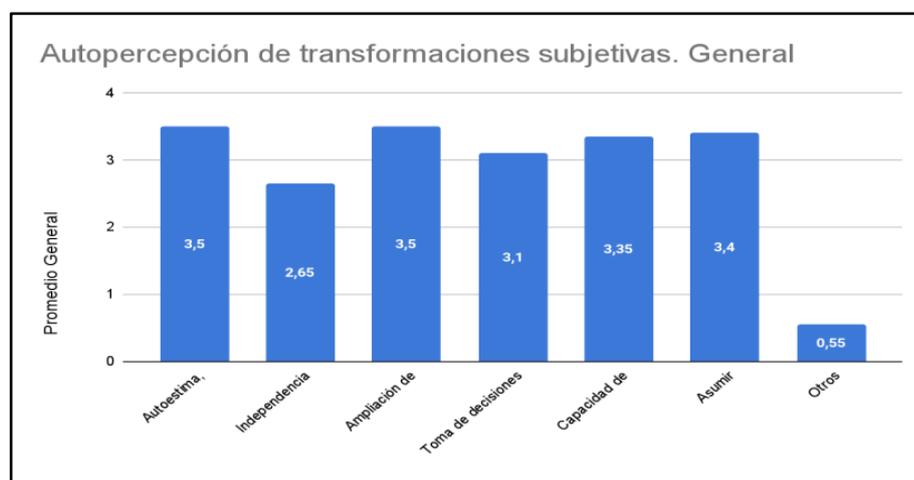
Los emprendimientos del O tienen entre 3 y 6 integrantes fijos, mientras que en la TC hay más presencia de iniciativas unipersonales, en este caso, su organización colectiva y forma de asociativismo se da por el hecho de que los mismos forman parte de organizaciones sociales del territorio que los nuclean (no son emprendimientos aislados), y en función de las cuales participan de la TC misma y otras ferias de la ESS, así como de otros procesos colectivos en cuanto a la gestión, comercialización, comunicación, capacitación.

3.2. Transformaciones subjetivas, vinculares y colectivas de las/os participantes de TC y O

Esta sección se construyó a partir de preguntas cerradas de la encuesta (categorías propuestas por el equipo a partir de entrevistas y debates previos) y preguntas abiertas, las cuales fueron interpretadas luego colectivamente para construir categorías a partir de las mismas. Si bien partimos de la base de que todo proceso de constitución de la subjetividad es a la vez intersubjetivo, más aún en procesos y dispositivos colectivos y propios de la ESS como los que estamos estudiando (Veronese, 2009; Sena, 2017), con el objeto de profundizar en su análisis y distinguir (no separar) dimensiones, consideramos en el estudio tres grandes niveles: a) transformaciones subjetivas vinculadas a la persona (“desarrollo personal”), b) a las capacidades dialógicas y vinculares (intersubjetivas), y c) a las capacidades colectivas, a nivel del emprendimiento.

a) Transformaciones subjetivas percibidas: desarrollo personal

Esta variable mide la valoración o percepción de las/los encuestados sobre las transformaciones subjetivas a partir de la participación en los dispositivos, en lo que hace a su “Desarrollo Personal”. La misma consideró las siguientes dimensiones: “Autoestima y valoración personal”, “Independencia económica”, “Ampliación de horizontes/proyección personal”, “Toma de decisiones personales”; “Capacidad de iniciativa”, “Asumir responsabilidades” y “Otros cambios”⁵. **Gráfico 4**

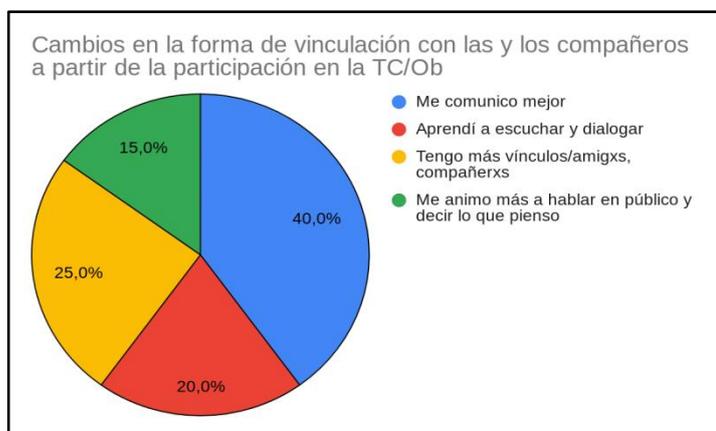


Si bien todas las dimensiones registran cambios significativos (entre “algo” y “mucho”), se destacan para el conjunto de encuestados: autoestima y valoración personal, ampliación de horizontes, capacidad de iniciativa y de asumir responsabilidades.

⁵ En esta y otras variables analizadas, la valoración de cada dimensión consideró la siguiente escala nominal en relación a los cambios percibidos “Mucho”, “Algo”, “Poco”, y “Nada”, los cuales fueron codificados como 4, 3, 2, y 1 respectivamente. Se presentan en los gráficos el promedio obtenido por cada dimensión (a mayor valor mayores son los cambios percibidos por las/os encuestados).

b) Transformaciones subjetivas: capacidades vinculares y dialógicas desarrolladas

Gráfico 5



Se relevó a partir de manera cuali cuantitativa, a partir una pregunta abierta (espontánea) que luego fue clasificada (como respuesta múltiple) en las dimensiones abajo señaladas:

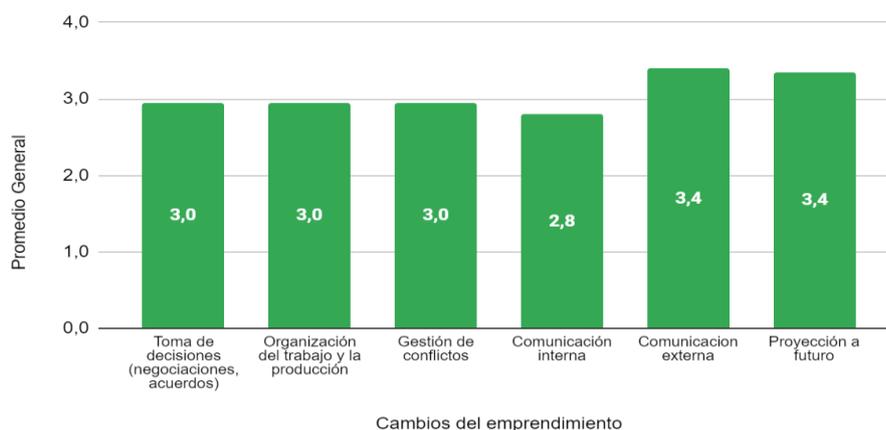
Desde lo anterior se puede rastrear el proceso en las formas de vinculación establecidas y autopercebidas, muchas/os de quienes han participado en el O o la TC expresaron de diversos modos que se comunican mejor (40%), aprendieron a escuchar y dialogar (20%); han generado más vínculos, amigxs, compañerxs (25%). También un 15% consideró que se anima más a hablar en público y expresar lo que piensa. A la vez lo relacional-mediado con finalidades (comunicarse mejor, escuchar, dialogar y generar vínculos) son los aspectos que más indican quienes participaron solo de TC. Se remarca entonces el aspecto del “habla en público”, ya que hace a la interacción en dicho espacio (público-colectivo) ámbito de la acción conjunta y marca el cambio de quienes participaron de Obrador. Asimismo, estas formas comunicacionales podrían tener diferentes sentidos para las y los miembros de uno u otro dispositivo, siendo que lo vincular en el caso de TC es un aspecto necesario para la comercialización y, por otro lado, la clave de participación en O (sin finalidad de lucro).

c) Capacidades colectivas: cambios en el emprendimiento

Al igual que en las categorías anteriores, la (auto) valoración de cada dimensión por parte de las/os encuestados consideró la siguiente escala en cuanto a los cambios percibidos: Mucho (4), Algo (3), Poco (2) y/o Nada (1) y consideró las dimensiones abajo descritas.

Gráfico 6

Cambios en el Emprendimiento. Total de casos

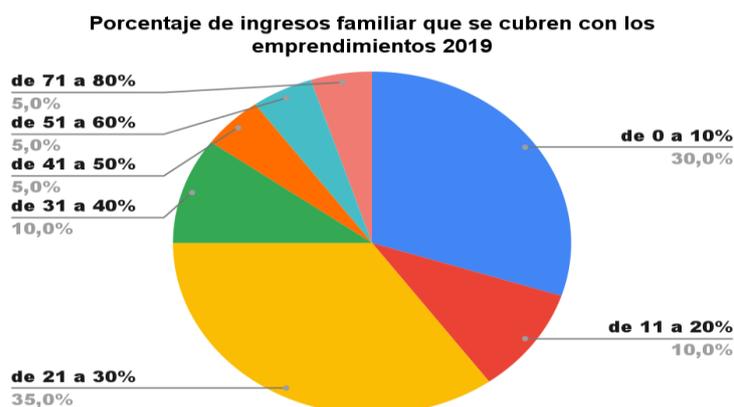


Si bien todas las dimensiones registraron ponderaciones significativas (muchos o algunos cambios), se destacan con mayor énfasis cambios en las “estrategias de comunicación externa” del emprendimiento (diseño de marca, etiquetado, empaquetado, difusión) junto a la “proyección a futuro, aspiraciones, visión” del emprendimiento, seguido por “Cambios en la forma en que organizan el trabajo y la producción” (distribución de roles y tareas), la “gestión de conflictos” y la “manera en que toman decisiones colectivas colectivas (negociaciones, acuerdos). Un poco menor fue la identificación de cambios en la “comunicación interna” (entre algo y poco).

Si comparamos los cambios percibidos en los emprendimientos que participan del O, respecto de los que sólo participan de la TC, se perciben mayores cambios en todas las dimensiones para quienes participan del Obrador.

3.3. Implicancias en la valorización económica de los emprendimientos

Gráfico 7



En la mayoría de los emprendimientos un porcentaje reducido de los ingresos familiares corresponde al generado por los emprendimientos, un 30% de los encuestados apenas cubre el 10% del ingreso familiar a con dicha actividad; si bien este

porcentaje es mayor en TC (el 66% cubre entre un 21 y 40%). En total, el 75% de los encuestados cubre hasta un 30% del ingreso familiar con los ingresos del emprendimiento.

Podemos decir que la mayoría de las/los integrantes poseen otras fuentes de ingresos siendo muy reducida la cantidad de participantes cuya única fuente es la que se genera con el emprendimiento (20%).

Gráfico 8



Estos datos nos dan una primera información sobre la *sostenibilidad mercantil* de los mismos, y que podemos profundizar teniendo en cuenta la tipología de otros ingresos que complementa los ingresos familiares. Se trata prevalentemente de ingresos

provenientes de jubilación y pensión (60% para el O) y de fuentes provenientes de otros trabajos (el 40% de quienes participan en O y el 50% de quienes participan en TC). La incidencia significativa de la percepción de jubilación o pensión se vincula a las edades de muchos emprendedores (un 40% tiene más de 56 años). Por otra parte, ninguno declara percibir ingresos por planes sociales o fuentes similares, como salarios complementarios por contraprestaciones, sí aparece un porcentaje muy bajo de ayudas familiares. Si consideramos únicamente esta dimensión estrictamente monetaria, estas iniciativas parecen caracterizarse como de *subsistencia*, porque no logran generar excedentes para poder reinvertir en su desarrollo.

Al respecto, cabe realizar algunas observaciones, por un lado el contexto macroeconómico en que se recogieron los datos (2019), teniendo en cuenta los años de fuerte recesión económica, durante el gobierno de Mauricio Macri que afectaron el consumo de este tipo de productos con el relativo cierre de muchas de estas iniciativas, así como también del sector de las PyMES. Por otro lado, algunas consideraciones más estructurales relativas al mercado laboral argentino y latinoamericano en general, donde en las últimas décadas se ha producido una destacable expansión de iniciativas y emprendimientos socioeconómicos de sectores populares y de organizaciones de apoyo como respuesta social frente a las situaciones de pobreza, precariedad laboral y exclusión social (Pastore, 2010). Estos emprendimientos que funcionan en el marco de la nueva ESS y la EP tienen un peso relevante y estructural en el sistema económico actual y presentan características distintivas, centradas en el trabajo

humano y en las capacidades de trabajo de sus integrantes, siendo su fin la reproducción de la vida. Como sostiene en su definición Navarro (2019: 12) *“La economía popular comprende a todos aquellos trabajadores/as o experiencias colectivas que permanecen a partir de sus propios esfuerzos, donde predomina el trabajo sin patrón, donde la producción o servicio son de baja intensidad (manual, artesanal, ecológica, etc.), con escasa tecnología, sin financiamiento y en su gran mayoría sin derechos”*.

Como vimos en la sección de caracterización de los emprendimientos, estas iniciativas están conformadas por una alta proporción por mujeres, cuyas tareas de reproducción y cuidado son invisibilizadas -a pesar de ser una tarea vital para la sociedad en su conjunto- y presentan una serie de restricciones estructurales que condicionan su desarrollo, como ser la subvaloración de su trabajo (“mal paga”), la inestabilidad laboral y de ingresos, las dificultades tributarias y de formalización, la carencia de derechos laborales, los imaginarios sociales negativos sobre la calidad del trabajo y de lo generado así como el acceso restringido al financiamiento (Roig, 2016), así como la dificultad de desarrollo de sus productos y de los mercados, entre otras. A pesar de estas limitaciones, estos emprendimientos que participan en los dispositivos crean y sostienen trabajo, y se reinventan generando vínculos, formas creativas de resolución de necesidades, integración social, redes territoriales y generan “valor”, no en término mercantil estricto (rentabilidad económica/ganancias) sino desde una mirada de inclusión, frente a la creciente marginalización y invisibilización generada por el mercado capitalista.

- *Mejoras del producto y en la gestión*

En ambos dispositivos, O y TC, se evidencia que la participación en estos espacios ha contribuido de manera determinante a mejorar las características de los productos, su presentación y diseño, la comunicación, entre otros, incidiendo en mejorar su calidad.

Otro aspecto que se evidencia de las entrevistas y encuestas de ambos dispositivos tiene que ver con aspectos de la gestión organizativa interna de los emprendimientos, donde se evidencia que su participación ha mejorado (“algo”) respecto al manejo de los costos y su determinación. Así como los aspectos relativos a la gestión de la comunicación con las y los consumidoras/es y las estrategias de ventas. Muy poco ha incidido en las relaciones con las y los proveedoras/es.

Respecto a la pregunta si han mejorado los ingresos y la generación de los excedentes a partir de la participación, la situación es diversa, en el caso de las encuestas a los emprendimientos de la TC, la incidencia es muy poca. En la mayoría de los casos respondieron “poco” y otro pequeño grupo que “algo” mejoró. Si tenemos en cuenta ambos dispositivos, en la mayoría de los casos respondieron que “algo” mejoró en su estructura de ingresos.

Podemos destacar entonces que la participación en el espacio ha sido como parte de un proceso formativo de mejoras en el tiempo de la gestión del producto y de la organización interna del trabajo de los emprendimientos. Condiciones necesarias para poder llegar al mercado bien posicionados y vender los productos. El acceso al mercado y la oportunidad de crear *nuevos mercados* que responden a otras lógicas es determinante. Es importante considerar los tiempos necesarios en clave de procesos para que estos aprendizajes se puedan transformar en mejoras, en innovación en la gestión y sucesivos aumentos de los ingresos. La importancia de poder tener identificado quienes nos compran y cuáles son los canales de ventas respecto a las estrategia de comercialización es algo determinante que permite conocer el mercado y pensar otras formas de comercialización, como veremos a continuación.

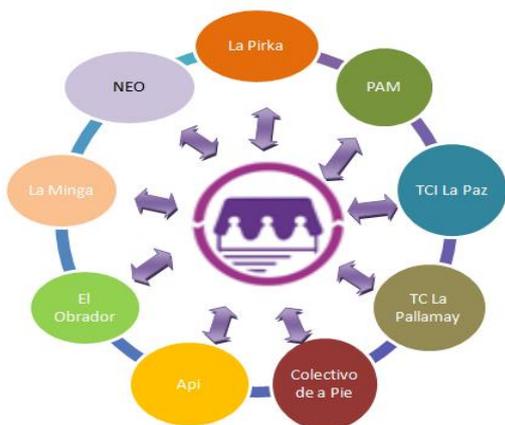
- *Otras formas de comercialización*

Los emprendimientos de ambos dispositivos tienen otras formas de comercialización, la principal es la participación en Ferias. En los emprendimientos de TC aparte de las ferias, aparecen también otras modalidades como la venta directa, la comercialización en internet y en los comercios. Mientras que en el caso de O, las/los otras/otros que participan en ambos, se concentra en Feria, con muy pocas excepciones.

Podemos reflexionar sobre el rol central de las Ferias para la comercialización de estos emprendimientos, que les permite tener acceso a distintos mercados y consumidores, oportunidad que surge a partir del trabajo en red que las organizaciones sociales/ o redes de emprendedores activan en el territorio. Las mismas se vieron fuertemente limitadas desde 2020 con la pandemia de Covid- 19, como veremos a continuación, debiendo aumentar significativamente la presencia en las redes y medios digitales.

3.4. Impactos y estrategias ante la Pandemia de COVID- 19

En el caso de los emprendimientos nucleados en las nueve (9) organizaciones partícipes de la TC, sus coordinadores/as consideran que el mayor impacto ocasionado durante el período de pandemia (2020- 2021) fue perder el espacio que tenían en la Universidad para comercializar sus productos, de frecuencia quincenal, del mismo modo que el espacio que utilizaban para las reuniones mensuales. Esto llevó a que se pierda en parte el vínculo entre las organizaciones. También las ferias de emprendedores, canal importante de venta para los emprendimientos como vimos, se vieron obligadas a suspender todas sus actividades. Por su parte, los emprendimientos vinculados a la Incubadora de Empresa Social, que surgen en instituciones de salud mental, por decisiones institucionales del hospital, no han podido reunirse para trabajar y continuar con la elaboración de sus productos.



Esquema 1: Organizaciones sociales participantes de la TC. En algunas organizaciones se fue dando una mayor rotación de emprendedores, mientras algunos dejaron de participar, se incorporan nuevos integrantes que no formaban parte de ninguna organización, quizás entendiendo que para paliar los efectos nocivos de la pandemia era indispensable sumarse a un colectivo.

Al perder los espacios de comercialización habitual, muchos emprendimientos dejaron de producir. Hubo quienes tenían intención de seguir produciendo y se encontraron con grandes dificultades, ya que se vieron afectados por la falta de insumos, el aumento de los precios y la falta de demanda. Quienes contaban con un emprendimiento textil iniciaron una reconversión hacia la producción de barbijos sanitarios, muy demandados al comienzo de la pandemia. En ese sentido, a través de la articulación de la organización religiosa Cáritas con proveedores, lograron organizarse para realizar compras colectivas de insumos y así abaratar costos.

A partir de este cambio abrupto del entorno social, donde el proceso de adaptación es estresante y caótico para la mayoría de las personas, en el cual las ventas, las reuniones, los cursos y casi todo empezaba a darse de manera virtual, y con el propósito de “aggiornarse” a los requerimientos de estos nuevos tiempos, quienes contaban con recursos de conectividad y algún manejo de herramientas digitales comenzaron a ofrecer sus productos a través de las redes sociales; aunque como suele suceder en todos los ámbitos, los emprendimientos más afectados fueron aquellos más incipientes, menos fortalecidos en términos de recursos económicos, de herramientas y de organización.

Desde las redes sociales de las organizaciones, como estrategia de venta ofrecieron combos con productos de diferentes emprendedores. Asimismo identificaron la necesidad de reforzar la comunicación externa desde sus redes y la necesidad de formación en herramientas digitales, para lo que realizaron cursos de capacitación online. Desde la organización social NEO (Nos Estamos Organizando), participante de la TC, crearon un canal de youtube desde donde realizan conversatorios y entrevistas con temáticas vinculadas a la ESS.

Desde la UNQ, a través del trabajo articulado de diferentes equipos del Departamento de Economía y Administración, se dictaron cursos y seminarios de capacitación para emprendedores. En particular, en articulación con los dispositivos en estudio, sobre todo con

la TC, se trabajó intensamente durante 2020 en la creación de la “Tienda Colectiva Digital”⁶, dado el interés en la generación y desarrollo de espacios y estrategias de comunicación y comercialización digital para las/os emprendedores, donde se pueden encontrar diversos productos de la ESS. Si bien este esfuerzo de acompañamiento de los equipos técnicos de la UNQ a las/os emprendedores resulta significativo, deben abordarse aún múltiples dificultades vinculadas al acceso de estos actores de la ESS y la EP a las herramientas digitales, así como a la resolución de complejas cuestiones logísticas para la venta y distribución de productos.

3.5. Transformaciones subjetivas y participación: las voces de las y los protagonistas

En este apartado abordamos algunas categorías construidas en base a preguntas abiertas sobre motivaciones para la participación en los dispositivos TC y O. Desde el instrumento de recolección (cuestionario base de la encuesta), se realizaron preguntas que permitieran la apertura problemática y registro de la vivencia y participación de los dispositivos. Algunas “voces”, tanto individuales como grupales, dieron cuenta de la relación entre ambos dispositivos y de los cambios subjetivos y colectivos que implicó el ser partícipes de las formas de valoración económica que dichos espacios implican.

Las preguntas abiertas realizadas buscaron dar cuenta de los espacios de representación indicados en los apartados previos. Las mismas fueron construidas para una respuesta espontánea y luego se armaron categorías de análisis manera colectiva con el equipo IAP.

Cambios en la subjetividad/vivencia: considerando la relación entre transformaciones subjetivas y vinculares, las y los encuestadas/os indicaron que una clave motivacional que moviliza la participación en la TC y el O son los cambios fuertes en su personalidad/vivencia; es así que las posibilidades de transformación subjetiva se dan a la hora de “despegarse del ámbito terapéutico para pensarse en el ámbito productivo”, o bien, por un “espacio que me enriqueció para trabajar en grupos”.

Adquisición de saberes y aprendizajes: a partir de la realización de cursos, talleres y formaciones varias, orientadas al producto, las ventas y la organización grupal/colectiva, las/os emprendedores dan cuenta de la adquisición de saberes y conocimientos desde la participación en los dispositivos para “Lograr tolerancia, elaborar (reflexionar) antes de hablar”. Es esta dimensión (de aprendizaje) la que más se evidencia en quienes integran la TC, donde han construido formas para “Acompañar al colectivo que pertenecen (...) Adquirir saberes y aprendizajes”.

⁶ ver: <https://tiendacolectiva.com.ar/> y <https://www.facebook.com/search/top?q=tienda%20colectiva>

Bienestar, gusto, placer, comodidad (del espacio y del tiempo): la relación entre la creación del espacio social como un espacio contenedor es parte del pensar las organizaciones y relaciones al interior de los dispositivos. Es por ello que se abre la dimensión de bienestar, gusto, placer, comodidad (del espacio y del tiempo) como “*espacio contenedor*”. Algunas voces nos indican: “*No vendo mucho pero sigo viniendo porque me siento cómoda, me gusta el proyecto porque es solidario, colectivo y autogestivo*”. Es así que se construye un lugar de pertenencia que atraviesa a los dispositivos, un espacio de encuentro con pares, intercambio entre emprendedores, donde la confianza y los aportes mutuos gestan la “*confianza por el otro*”, según nos indica una encuestada.

Lugar de pertenencia y encuentro con pares: desde la construcción de un ámbito o espacio contenedor, se puede establecer una percepción conjunta del trabajo colectivo. Algunas respuestas dan cuenta de este proceso al preguntarles acerca de las motivaciones que les llevan a participar: “*(...) me siento parte de esta comunidad, me fortalezco como emprendedor y puedo aportar ideas para fortalecer a la organización*”; “*(...) se aprende a compartir y valorar el trabajo colectivo*”. El O y la TC habilitan así el encuentro con otras y otros, lo que hace a la pertenencia y al reconocimiento de un espacio colectivo.

Aspectos reflexivos desde la participación: podemos agrupar algunos elementos de tensión, dificultades y restricciones a la participación, condicionamientos en la administración del tiempo y el espacio, tanto personales como grupales y materiales, como elementos que a su vez se problematizan y se vuelven aprendizajes significativos que habilitan la participación.

Una cuestión clave que se valora es el “*acompañamiento en la gestión de conflictos*”. En una primera instancia se valora el “*Favorecer el sentido comunitario en los emprendimientos sociales de la TC. Visibilizarse colectivamente*”. Por ello, el acompañamiento en la gestión de conflictos organizativos al interior de la TC, es un elemento que se pondera por sobre las restricciones y dificultades tanto personales como interpersonales y estructurales (sociales).

En cuanto a las dificultades/ restricciones personales, este elemento se constituye como eje en las problemáticas personales que implican los recursos disponibles para participar, así como las condiciones de género, el lugar de residencia, distancias, viajes, tiempos y costos.

Se evidencia en la mayoría de las respuestas el “*querer estar*” con el “*poder estar*”, como tensión inmanente entre formas sociales, situadas y pluridimensionales, donde los dispositivos analizados abren a la problematización y el “*fortalecimiento de redes*”, como elemento que se presenta en la participación de las/os emprendedores en ambos dispositivos interconectados.

También se destaca en las respuestas el lugar que implican los espacios dentro de la UNQ (vínculo con la Universidad), como factor clave de reconocimiento de la participación en el plano institucional y social, con un significado que revaloriza los productos (en el caso de TC)

una pertenencia y reconocimiento en un plano mayor.

Es desde allí que se da una forma de “*apuesta a la economía social y solidaria*”, como elemento de *militancia*, clave identitaria que también pone en juego lo subjetivo, grupal y colectivo, y la valorización de lo económico que los dispositivos, sobre todo TC, permite. Los grados de acercamiento a esta idea de “*apuesta por una forma económica social y solidaria*” en el plano de militancia y compromiso, se visibiliza y permite retomar los ejes del presente trabajo para futuros análisis.

Bibliografía

Altschuler, B.; Niño, L.; Pagani, W. y Peletay, B. (2020), “Estrategias de Incubación Universitaria en Economía Social y Solidaria: Un análisis desde la Investigación Acción Participativa desde la Universidad pública argentina”. Capítulo de libro, en Sostenibilidad y enfoques empresariales en América latina. Universidad Libre, Bogotá, Colombia (en prensa).

Bottini, A. Sciarretta, V. (2017), “Mujer y trabajo una experiencia desde la Extensión Universitaria”, ponencia en el marco del *IV Congreso de economía política “del modelo industrial con inclusión social al modelo financiero. Argentina y la región en la encrucijada”* organizado por el Centro Cultural de la Cooperación. CABA 17/18 octubre 2017, Argentina.

Copello, M. (2018), “El Obrador, un espacio para ir siendo junto a otrxs”. Trabajo Final Integrador de la Especialización en Gestión Economía Social y Solidaria (EGESS), UNQ.

Fals Borda, O. (1999) Orígenes universales y retos actuales de la IAP (Investigación Acción Participativa) En Revista Análisis Político No 38. Argentina.

Fals Borda, O. (2013), “El problema de cómo investigar la realidad para transformarla por la praxis”. En Herrera, N. y López, L. (Comps.), Ciencia, compromiso y cambio social. Textos de Orlando Fals Borda. (pp. 213240) Buenos Aires. Ed. El Colectivo.

Jara, O. (2001), Dilemas y desafíos de la sistematización de experiencias. Centros de Estudios y Publicaciones Alforja, Costa Rica.

Navarro M. (2019), “Trabajo, desarrollo y economía popular”, en Voces en el Fénix, N° 78 Economía Social. Fac. Cs. Económica, UBA. Bs As.

Pastore R. (2010), “Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en la Argentina” en Revista de Ciencias Sociales Año 2, N° 18, primavera 2010, UNQ, Bs. As.

Pastore, R. y Altschuler, B. (2015), “Economía social y solidaria en clave de desarrollo socio-territorial en Argentina. Conceptos, políticas públicas y experiencias desde la universidad”. Revista EUTOPIA, FLACSO Ecuador. N° 7 Pág. 109 a 128.

Roig, A. (2016) “Financiarización, derechos y economía popular”. Programa Desigualdad y Democracia - Fundación Henrich Boll

Sanchis, N., S.; Fernandez y Comaleras, D. (2013), “Mujeres que trabajan. Incorporando la perspectiva de género en emprendimientos productivos de la Economía Social”, Asociación Lola Mora, Buenos Aires Argentina.

Sena, S. (2017), La economía social y solidaria como un aporte a la salud comunitaria. Colección PGD eBooks, Secretaría de Posgrado, UNQ, Buenos Aires.

Veronese, M. (2009), “Subjetividade, trabalho e economia solidária”, Revista Crítica de Ciências Sociais, no. 84, marzo, p. 153-167.