

67

Fecha de presentación: Septiembre, 2021

Fecha de aceptación: Noviembre, 2021

Fecha de publicación: Diciembre, 2021

HACIA UN MODELO

DE ESTUDIO PARA LA PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS ASOCIATIVOS

TOWARDS A STUDY MODEL FOR THE PROMOTION OF ASSOCIATIVE VENTURES

Leonardo Cardona Gómez¹

E-mail: leonardo.cardona@uniminuto.edu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6799-2823>

Ana María Torres Hernández¹

E-mail: anatorres@uniminuto.edu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9149-6800>

¹ Corporación Universitaria Minuto de Dios. Colombia.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Cardona Gómez, L., & Torres Hernández, A. M. (2021). Hacia un modelo de estudio para la promoción de emprendimientos asociativos. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(S3), 506-514.

RESUMEN

Las formas organizativas de la economía solidaria tienen en común la capacidad asociativa para el logro de sus objetivos. A partir del análisis a experiencias de productores rurales, se caracterizan los factores que inciden en la sostenibilidad de sus proyectos siguiendo un enfoque deductivo desde la teoría fundamentada. La investigación encuentra que tanto la perspectiva de la sostenibilidad como las mediaciones económico-culturales determinan factores potenciales para un modelo de promoción de emprendimientos desde la economía social con enfoque territorial.

Palabras clave: Economía social, sostenibilidad, economía regional, enseñanza y formación.

ABSTRACT

The organizational forms of the solidarity economy have in common the associative capacity for the achievement of its objectives. From the analysis to the experiences of rural producers, the factors that influence the sustainability of their projects are characterized by a deductive approach from the grounded theory. Research finds that both the sustainability perspective and the economic-cultural mediations determine potential factors for a model of promoting entrepreneurship from the social economy with a territorial approach.

Keywords: Social economy, sustainability, regional economy, education and training.

INTRODUCCIÓN

En Colombia un poco más del 60% de la población rural, sin contar centros poblados, tiene como actividad principal la agricultura campesina familiar y comunitaria (ACFC) la cual a su vez es responsable por aproximadamente el 70% de la producción de alimentos en el país. Esta población resultó priorizada en la política pública denominada Reforma Rural Integral como uno de los pilares del Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una Paz Estable y Duradera, firmado en noviembre de 2016 por el Gobierno de Colombia y las FARC-EP (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2018).

Dentro de los lineamientos de esta política se destaca el rol estratégico de las economías campesinas para el desarrollo del país y se reconocen las brechas y obstáculos para fortalecer los sistemas de producción y organización de los pequeños productores. Uno de los problemas que se identifican es la forma en la que los mercados de consumo de alimentos favorecen los modelos de comercialización de las grandes superficies y la producción agroindustrial a gran escala. Este modelo presiona cada vez más a los pequeños productores agrícolas que, en términos de eficiencia productiva, resultan en clara desventaja frente al modelo global de producción de alimentos. Los pequeños productores agrícolas tienen márgenes de ganancia cada vez menores incidiendo esto en condiciones menos favorables para un desarrollo económico integral de sus comunidades y sus regiones.

Así es que, dentro de los lineamientos de política pública para el apoyo a la ACFC se encuentra la promoción y fortalecimiento de circuitos cortos de comercialización, CCC, y las compras públicas. Los CCC pueden tener varias expresiones en la economía local, pero una de la más conocida y extendida por América Latina son las ferias de productores o mercados campesinos. A nivel internacional se ha reconocido la importancia estratégica de los mercados campesinos como formas de comercialización directa. Según López, (2012), los CCC son formas de circulación agroalimentaria en las que sólo se dan uno o ningún intermediario entre producción y consumo. Son espacios comerciales en los que producción y consumo mantienen un alto poder de decisión en cuanto a qué y cómo se produce. Estas formas de comercialización dan un nuevo impulso a la economía campesina ya que los productores y las asociaciones que estos conforman pueden generar la comercialización de productos no solo a través de espacios como los mercados sino a través de centros de acopio, tiendas comunitarias e incluso mercado a domicilio.

La Comisión Económica para América Latina, CEPAL, también destaca la importancia de los circuitos de proximidad o circuitos cortos como formas de comercio basadas en la venta directa de productos frescos o de temporada sin intermediarios o, reduciendo al mínimo la intermediación, ya que favorecen los márgenes de ganancia de productores, conllevan un impacto medioambiental más bajo al reducir las distancias que recorren los alimentos y propician la interacción directa entre productores y consumidores (2014).

Estos espacios alternativos de comercialización también promueven otras formas de relacionamiento y asociación en las economías locales; los mercados campesinos o ferias como se le denominan en otros países de América Latina, articulan actores dentro de una misma cadena de producción, proveedores de insumos, de servicios conexos a las actividades agropecuarias, emprendimientos de transformación y distribución de productos y organizaciones comunitarias que se suman a la promoción y gestión de los mercados (Heyden, 2004).

Otro aspecto significativo de los mercados y que define sus prácticas comerciales es el hecho de que están constituidos por pequeños productores, por lo general familias, que se vinculan mediante acuerdos asociativos, formales o informales. Se pueden definir como emprendimientos solidarios, es decir, organizaciones donde prevalece la idea de la asociatividad con beneficios comunitarios, la autogestión, toma de decisiones democrática y el fortalecimiento del tejido social (Gaiger, 2011); (Villalba-Eguiluz, Egia-Olaizola y Pérez de Mendiguren, 2020). La asociatividad se entiende como capacidad de cooperación, de trabajo en red y de construcción de alianzas (Mancé, 2001); (Rodríguez, Ramírez y Restrepo, 2018)

La investigación realizada en tres experiencias de mercados campesinos del departamento de Cundinamarca, Colombia, buscó en primera instancia caracterizar los mercados como espacios sociales de intercambio de bienes y como prácticas económicas solidarias. Después, en el marco de la emergencia económica causada por el COVID 19 en el mundo, la investigación analizó de forma específica los factores que incidían en la sostenibilidad de estas formas económicas partiendo del marco comprensivo de la economía solidaria como modelo alternativo de desarrollo empresarial y económico. Por último, a partir de los hallazgos sobre los factores de sostenibilidad de estos mercados se plantea el cuestionamiento por los modelos desde los cuales es estudiada la asociatividad solidaria como premisa para el desarrollo de políticas públicas, programas y planes de entidades no gubernamentales de promoción de estos emprendimientos y desde luego cómo la universidad asume estrategias

de formación y acompañamiento que favorezcan la sostenibilidad de estas formas económicas.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para determinar cuáles son los factores que inciden en la sostenibilidad de los emprendimientos asociativos se construyeron hipótesis de trabajo siguiendo un enfoque cualitativo de análisis documental y de contenido sobre el concepto de sostenibilidad en emprendimientos asociativos que cumplieran los criterios del concepto de Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria, ACFC del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. A su vez, tomando como referencia las observaciones y testimonios de las experiencias de los tres mercados campesinos participantes del proyecto, se construyen las categorías de estudio sobre sostenibilidad a partir del marco comprensivo sobre este concepto desarrollado por José Luis Coraggio y Luiz Inácio Gaiger: a) enfoques sobre sostenibilidad en economía solidaria; b) sostenibilidad y tipos de emprendimientos asociativos; c) autogestión y sostenibilidad y d) asociatividad y sostenibilidad. Para cada uno de los anteriores se identificaron las ideas fuerza que guiaron el estudio de los documentos seleccionados.

El estudio se estructuró siguiendo la ruta de la teoría fundamentada que indica que en un primer momento se sistematiza una serie de información cualitativa, se organiza en un conjunto de proposiciones teóricas para luego proceder a una codificación y categorización. Un segundo momento en el que se identifican unas categorías centrales de análisis para luego relacionarlas con los datos cualitativos de campo (Contreras, Páramo y Rojano, 2019).

Por último, se realiza una reflexión sobre algunas experiencias que permiten identificar los criterios con los que las instituciones y concretamente la universidad abordan los emprendimientos de la economía social, en especial desde el contexto rural para promoverlos y contribuir a la sostenibilidad de estos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La idea de sostenibilidad de una empresa tiene una amplia tradición investigativa; sin embargo, el término en sí mismo puede ser interpretado desde diferentes puntos de vista. Uno de ellos es el que asocia el término o lo diluye en la idea de perdurabilidad empresarial. La otra connotación del término viene desde el ideario del desarrollo sostenible.

Desde la primera perspectiva, la perdurabilidad se entiende como la capacidad de las organizaciones de mantenerse en el tiempo; en ese sentido las investigaciones indagan por los factores que hacen posible esa condición

en empresas que han permanecido como líderes de su sector por varias décadas. Garzón (2015) recoge de varias investigaciones los elementos en común para el éxito y perdurabilidad empresarial destacando factores como: culturas corporativas fuertes, la identidad empresarial, la adaptación al entorno, la anticipación a los cambios en el mercado, la orientación al aprendizaje, la orientación al cliente y sus necesidades, gobiernos corporativos transparentes y armónicos, culturas innovadoras y el crecimiento rentable y sostenido.

Garzón (2015), destaca que “el concepto de la perdurabilidad va más allá de lo estrictamente económico y administrativo... implica comprender las organizaciones como culturas empresariales e imaginarios sociales, construidas desde un marco ético de sostenibilidad-sustentabilidad”. (p. 19)

Desde la perspectiva del desarrollo sostenible, la sostenibilidad de una empresa o emprendimiento está relacionada con el logro de forma sostenida de metas ambientales, sociales y económicas. Esta idea toma forma luego de que después de décadas de debate sobre los efectos no deseados del desarrollo y el crecimiento económico en el medio ambiente, se esbozara de forma conceptual los lineamientos para que los estados tomaran parte por un desarrollo que garantizara a las generaciones futuras la disponibilidad de recursos para su propia subsistencia; y en ello, el rol de las empresas es fundamental ya que son las instituciones que directamente intervienen en la explotación y transformación de recursos.

Tanto desde la perspectiva empresarial como desde la de desarrollo sostenible, la idea de sostenibilidad lleva consigo un conjunto de consideraciones sobre el desarrollo de las organizaciones, sus relaciones con el entorno y especialmente sus impactos en diferentes ámbitos de la vida. Sin embargo, al evaluar la sostenibilidad de las organizaciones ¿se tienen en cuenta todos estos aspectos o algunos prevalecen sobre otros en términos de medir la sostenibilidad de una organización?

En línea con esa inquietud, la revisión de los criterios empleados para estudiar la sostenibilidad de los emprendimientos desde la economía social toma en consideración la obra de Coraggio (2006). Este autor, plantea una revisión a la idea de sostenibilidad desde una crítica al paradigma de reproducción ampliada de capital como criterio que orienta la actividad económica en la lógica de la competencia de mercado.

Así, la idea de sostenibilidad está íntimamente ligada al “tipo ideal” de empresa capitalista que fundamenta su éxito en el saldo monetario favorable entre ingresos y gastos. Cuando Coraggio estudia las políticas públicas

de apoyo a emprendimientos asociativos se encuentra que los criterios de medición de sostenibilidad se fundamentan sustancialmente por la idea sostenibilidad financiera; se asume que las formas económicas solidarias se orientan de la misma forma, como lo hace el tipo ideal de empresa capitalista, lo cual para el autor es un error de enfoque de la política pública.

A la reproducción ampliada de capital Coraggio opone la reproducción ampliada de la vida de todos, como perspectiva de razonamiento diferente para pensar la sostenibilidad de los emprendimientos asociativos. Esta se fundamenta en el hecho de que el fin último de la actividad económica no puede ser exclusivamente la acumulación privada de capital sino la reproducción de la vida humana en sociedad que asegure un sustrato material suficiente y equitativo, así como condiciones de libertad y calidad de vida, fines que, según el autor, no se han cumplido en el sistema capitalista y su mercado autorregulado, pero tampoco en los modelos de planificación estatal centralizada (Coraggio, 2006).

El autor plantea entonces que pensar la sostenibilidad de las formas de trabajo cooperativo, libremente asociado, y no controladas por el capital, implica integrar al análisis no solo las dinámicas propias de la reproducción de capital sino las relaciones de cooperación entre las distintas formas de asociatividad y el papel del Estado como garante de una base común de “bienes públicos no monetizados” que son el soporte de las relaciones sociales de producción (Coraggio, 2006. p.52).

El autor identifica, entonces, las condiciones de sostenibilidad de los emprendimientos asociativos en tres niveles: un nivel micro, relacionado con las capacidades y disposiciones de los trabajadores que cooperan; un nivel meso, relacionado con su disposición a cooperar y coordinarse entre unidades microeconómicas y un nivel macro referido al contexto socioeconómico y cultural y a la existencia de políticas de Estado como co-creador de las condiciones de posibilidad de estas formas económicas alternativas.

De otra parte, en relación con la idea de sostenibilidad de emprendimientos asociativos Luiz Inácio Gaiger y Andressa da Silva Correa (2011) señalan que el estudio de este tipo de emprendimientos se guían por el criterio predominante de emprendimiento por oportunidad, como patrón ideal de comportamiento económico o por

el de emprendimiento por necesidad, más cercano a las concepciones sobre emprendimiento social, dejando de lado un conjunto importante de “emprendimientos híbridos” típicos de las empresas familiares, comunitarias y solidarias.

La prevalencia del criterio de una racionalidad estrictamente económica en el estudio de la sostenibilidad de estas formas asociativas no permite valorar la importancia del trabajo cooperativo, las decisiones colectivas, el intercambio de saberes y la construcción de confianza como valores supra individuales no incorporados en el modelo teórico de economía de empresa (Gaiger y Correa, 2011).

En un estudio a casi 22000 emprendimientos económicos solidarios en Brasil, etal. (2011), construyen una matriz de análisis con dos vectores: por un lado, criterios de eficiencia y viabilidad que responden a un enfoque tradicional de emprendimiento y por otro lado el vector compuesto por la autogestión y la cooperación como criterios distintivos de los emprendimientos solidarios. La muestra incluyó cooperativas y pequeños emprendimientos asociativos en diferentes campos de actividad evidenciando una tendencia favorable hacia la sostenibilidad en la medida en que prácticas de autogestión y cooperación tienen igual o mayor prioridad que la productividad y rendimiento de capital. Se destaca también cómo existen altos grados de formación para sus miembros, toma de decisiones colegiada, involucramiento con la comunidad y cooperación económica, social y política con autoridades sin descuidar el uso eficiente de instrumentos de planificación y control de la gestión.

De este modo, a partir de los tres niveles de análisis planteados por Coraggio y los resultados de las investigaciones mostrados por Gaiger se definieron las categorías para el análisis de la sostenibilidad de estas organizaciones desde experiencias documentadas en la literatura y las observadas y registradas en los mercados participantes del estudio. En la Tabla 1 se pueden observar las ideas fuerza de cada categoría conceptual respecto al enfoque solidario y la relevancia que le otorgan los estudios en relación con la idea de sostenibilidad en experiencias de mercados campesinos. Y la Tabla 2 se presentan las ideas fuerza respecto a las experiencias documentadas y las observaciones realizadas a los mercados participantes en relación con los factores clave para su sostenibilidad.

Tabla 1. Categorías de análisis teóricas sobre factores de sostenibilidad en mercados campesinos.

Categorías conceptuales	Ideas fuerza
Enfoques de sostenibilidad en economía solidaria para emprendimientos asociativos	Sostenibilidad como beneficio económico con impacto social Sostenibilidad desde el enfoque organizacional con énfasis en gobernanza corporativa Sostenibilidad desde enfoques de capital social comunitario Sostenibilidad desde la perspectiva de "reproducción ampliada de la vida"
Autogestión en emprendimientos asociativos	Toma de decisiones compartida Autogobierno Valores compartidos Relaciones de poder distribuidas
Asociatividad en emprendimientos asociativos	Cultura de relacionamiento con otros actores Actividades de mutuo beneficio con otros actores Acuerdos formales establecidos Nodo en redes de colaboración solidaria
Capital social comunitario	Tejido social y relaciones de confianza Acciones y movilizaciones colectivas

Tabla 2. Categorías de análisis sobre factores de sostenibilidad de las experiencias documentadas de mercados campesinos.

Categorías reconocidas en los mercados estudiados	Ideas fuerza
Manejo de las condiciones del mercado	Autonomía en la fijación de precios Gestión estratégica de la oferta de productos Agregación de valor
Gestión de relaciones con los consumidores	Consensos Productor/consumidor Gestión de espacios de participación de la comunidad local Intercambio de saberes
Acompañamiento de entidades y políticas públicas	Marco normativo y garantías para el funcionamiento del mercado Articulación con programas y entidades a nivel local Cofinanciamiento de actividades del mercado

Existe una tendencia en las perspectivas de las investigaciones a no distinguir entre sostenibilidad y perdurabilidad, aunque estén relacionadas al logro de los objetivos económicos y sociales de los emprendimientos. Teóricamente la

noción de sostenibilidad no tiene un análisis diferenciado en la teoría entre emprendimientos orientados netamente al mercado y emprendimientos asociativos de economía popular, familiar y solidaria. Sin embargo, dentro de las características que se destacan de experiencias exitosas se destacan prácticas relacionadas con la asociatividad, la autogestión y autogobierno y la cooperación con la comunidad y entidades públicas (Oliveira y Santos, 2020).

El carácter familiar de muchos de estos emprendimientos asociativos puede verse como un factor que garantiza en ciertas etapas su sostenibilidad, pero también es un elemento que impide el escalamiento de estos emprendimientos, especialmente por conflictos en la toma de decisiones y redistribución de los recursos. Por último, varios de los estudios destacan el trabajo cooperativo el aprendizaje y los valores comunitarios, así como la vinculación con el desarrollo local como aspectos que favorecen la sostenibilidad de los emprendimientos acorde a la idea de reproducción ampliada de la vida que según Coraggio, implica acuerdos sobre el valor de estas formas asociativas más allá de una cuenta de resultados favorable al final del ejercicio económico.

Reconocer los enfoques de análisis empresarial subyacentes en las prácticas económicas solidarias es necesario para construir herramientas analíticas que respondan a la complejidad de la economía social y a los retos que tiene como alternativa a la solución de las desigualdades y el acceso a recursos de grandes segmentos de población, en especial en contextos rurales, que ven cómo los modelos extractivistas y agroindustriales los desplazan a las grandes ciudades, destruyen sus saberes y redes comunitarias al tiempo que atentan contra la capacidad del entorno natural de proveer de manera sustentable los recursos para su subsistencia.

La idea de sostenibilidad es clave para comprender la lógica que guía los emprendimientos de la economía social en especial los de las economías campesinas pues no siguen la misma racionalidad económica de mercado. En las experiencias de mercados campesinos, el parámetro de análisis es cercano al enfoque de emprendimiento tipo de comercio justo; los modelos de este tipo también han influenciado ciertas políticas públicas que favorecen a través de programas de incentivo emprendedor a los colectivos u organizaciones que agencien una iniciativa económica solidaria, pero no desprendiéndose del criterio de retorno de esa inversión, no directamente de las empresas familiares o comunitarias que son beneficiarias sino con lógicas como la cobertura, el retorno en cuanto a productividad y reactivación económica en un contexto de mercado.

Otra idea importante asociada a la sostenibilidad de estas experiencias es la de la autonomía en la toma de decisiones; como lo señalan Marconatto, Pacheco, Wegner y Bitencourt en su análisis sobre la gobernanza de las empresas de economía solidaria (2020), no solo se trata de resaltar el mecanismo democrático en la toma de decisiones sino los criterios por los cuales los miembros de estas organizaciones obtienen legitimidad para ejercer el poder y actuar, lo cual está fuertemente relacionado con los liderazgos familiares y comunitarios.

Por otro lado, el arraigo en la idea de eficiencia económico-productiva propone todo un reto para encontrar formas de incorporar al análisis formas de medición de esa eficiencia que combinen las relaciones técnicas con las relaciones sociales. De esta forma, existen propuestas de indicadores de eficiencia que integran necesidades individuales y colectivas, los procesos de construcción dialógica y de toma de decisiones entre sus miembros a través de mecanismos de consenso y aspectos de beneficio social y comunitario (Maciel y Ferrarini, 2020).

Lo anterior debe ser la base sobre la cual se diseñen programas de acompañamiento y estrategias de formación a emprendimientos de la economía social como lo demuestran algunas de las experiencias exitosas en Latinoamérica que se reseñan a continuación.

A partir de la experiencia de dos proyectos de investigación desarrollados en los años 2015 y 2016 por el grupo de investigación ECOSOL de la Universidad Católica Luis Amigó, en alianza estratégica con el Observatorio de Planeación Local y Presupuesto Participativo de la Personería de Medellín y el grupo de investigación GICEA de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sobre la aplicación de políticas públicas en Medellín dirigidas a emprendimientos solidarios Alzate y Arboleda (2019) realizan el análisis de cómo pueden estas políticas llegar a las organizaciones y comunidades y los retos que supone para las instituciones y universidades trabajar con este tipo de emprendimientos.

Este estudio parte del concepto de formación empresarial solidaria, como aquella que potencia procesos de transformación social, capacidades críticas y reflexivas de las personas, a la luz de organizaciones democráticas, humanitarias, autogestionarias, solidarias y sin ánimo de lucro, para el desarrollo de actividades productivas o de servicios. El estudio hizo evidentes, a través de las memorias orales de los participantes las falencias de formación especialmente en la comprensión del alcance de las políticas públicas y su aprovechamiento por parte de los emprendimientos asociativos.

El proyecto identificó 3 categorías de formación empleadas por la administración pública de Medellín: formación en emprendimiento y la cadena de valor para los emprendedores; formación en contenidos básicos de economía solidaria de acuerdo con la normatividad vigente y; formación en principios y valores de la asociatividad solidaria y su impacto social y comunitario (Alzate y Arboleda, 2019).

Otra experiencia, en este caso desde el contexto universitario, muestra cómo se articula un programa de extensión con un proceso social y económico de mercados sociales. En la Universidad Nacional de La Plata se promovieron dos experiencias de mercados solidarios: la feria de pequeños productores familiares Manos de la Tierra y el Paseo de la economía social y solidaria. El trabajo con los productores participantes de estos mercados se dio en el marco de asumir la extensión universitaria como una práctica social e histórica que aporta al modelo de desarrollo de un país. La extensión universitaria tiene la misión, entre otras, de “promover la vinculación con grupos y organizaciones de la comunidad, con la finalidad de atender necesidades sociales desarrollando actividades de capacitación, acompañamiento técnico o prácticas formativas socioeducativas” (Fingermann y Drago, 2016, p. 4)

El enfoque de acompañamiento con los productores participantes de los mercados se dio en principio bajo un esquema de financiación a partir de unos fondos públicos que, canalizados a través de la UNLP, favorecían la mejora de los procesos productivos y de comercialización de los emprendimientos. Sin embargo, las necesidades y expectativas de los productores llevaron al programa a ampliar el margen de acción y definir la creación de un mercado solidario.

El trabajo con los emprendimientos asociativos, parte de una gestión participativa y comunitaria de un proyecto mediado por la institución universitaria como articulador entre fondos de apoyo, los productores y la comunidad. El trabajo de intervención, sin ser definido de forma completa en sus inicios, fortaleció las capacidades organizativas de cada emprendimiento, la estructura de financiación, la comercialización de los productos y el establecimiento de relaciones asociativas con otros actores implicados en la sostenibilidad de los mercados.

Para terminar, las autoras indican, retomando una idea de Jose Luis Coraggio, que la Universidad, así como el Estado, tienen un rol principal en la construcción de “otra” economía, “las universidades pueden, con su autonomía remanente, reconstituirse en instituciones que más que la reproducción de lo viejo apunta a contribuir en el logro de

objetivos sociales trascendentes. La universidad juega un papel relevante convocando con otros actores colectivos a la sociedad y al Estado a encarar con responsabilidad los problemas del momento actual”. (Fingermann y Drago, 2016, p. 18)

Esta idea es clave en la construcción de un enfoque de trabajo con emprendimientos asociativos, que supere no solo las necesidades pragmáticas de la consolidación de organizaciones socio productivas que, orientadas tanto a fines económicos como sociales, puedan ser sostenibles y perdurables, pero especialmente que se conviertan en actores que potencien la generación de capacidades sociales para el desarrollo local.

A estas experiencias y sus aportes en cuanto al rol que puede jugar la universidad en la promoción de los emprendimientos asociativos se suman reflexiones sobre la incidencia de la academia en el desarrollo local desde su función social. La relación universidad-sociedad va más allá de una sólida formación integral, técnica y científica de los estudiantes, sino que implica la capacidad de intervenir en el entorno y ser mediadora y participante en las nuevas relaciones entre el Estado y la sociedad que promuevan el desarrollo social (Paz, Toscano y Rodríguez, 2018).

CONCLUSIONES

La ACFC es indispensable para contrarrestar la brecha de acceso a alimentos, la precarización del trabajo en territorios rurales y a para promover formas de intercambio equitativas entre productor y consumidor. Las categorías identificadas están relacionadas frecuentemente con el concepto de capital social comunitario, el cual es el catalizador de diversos procesos económicos solidarios que están presentes de diferentes formas en cada uno de los casos estudiados.

La crisis generada por la pandemia evidencia la necesidad de trabajar, entre otros aspectos de la asociatividad, los mecanismos de comercialización para garantizar la sostenibilidad de productores y sus familias. Los CCC buscan minimizar intermediarios, pero en el contexto generado por la crisis sanitaria es necesario integrar otros actores, especialmente organizaciones cívicas, que permitan ampliar canales de distribución y desarrollar otras estrategias de negociación (Rojas & Macías, 2019).

La pandemia ha remarcado las brechas entre la economía formal con alta inversión de capital y la economía popular e informal. Los pequeños productores de la ACFC han manifestado, no solo en esta coyuntura, sino desde décadas atrás que vivir de cultivar alimentos se vuelve una tarea casi imposible de cumplir, donde se genera más

pobreza y abandono de sus tierras (Albin et al., 2017) Las capacidades adquiridas en términos de asociatividad y organización comunitaria contrastan con el desfase que tiene un país como Colombia en desarrollo rural; transporte, infraestructura, capital y falta de regulación de los mercados por las organizaciones gubernamentales, son factores que favorecen más a los intermediarios que a los pequeños productores. Para estos, su participación en ferias o mercados es ahora más necesaria que antes y en este sentido, la participación de los consumidores es fundamental para fortalecer una red de intercambio solidario que haga frente a la crisis económica y mejore la calidad de vida para todos (Lizarazu, 2014).

Es importante retomar las experiencias de intervención universitaria en las que se reconoce el desarrollo desde una perspectiva de solidaridad y que tiene desde lo local otras particularidades. A diferencia de los modelos típicos de encadenamientos productivos, la lógica de la economía solidaria en los territorios no es la de la optimización de los recursos y capacidades para lograr eficiencia en la cadena productiva. Por el contrario, las relaciones económicas en experiencias de comercialización directa, como las de los mercados o ferias campesinas, cuestionan la visión unívoca de la acumulación de capital para integrar otro tipo de beneficios que se sustentan en las relaciones comunitarias, socio ambientales y de consumo responsable (Cardona, 2019).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albin, A., Gianoni, C., Rodríguez, A., Sabourin, E., & Riveros, H. (2017). *Proyecto: Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar Informe final*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40688-encadenamientos-productivos-circuitos-cortos-innovaciones-esquemas-produccion>
- Alzate, M. y Arboleda, O. (2019). Importancia de la formación en procesos de aplicación de política pública para emprendimientos solidarios: caso Medellín. *Cooperativismo & Desarrollo*, 27(2), 1-15. doi: <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2019.02.08>
- Cardona, L. (2020). La noción de cadena de producción solidaria desde las experiencias de circuitos cortos de comercialización. *Journal of business and entrepreneurial studies: JBES*, 4(1), 5. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/383/3831589014/html/index.html>
- CEPAL (2014). Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición: Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013. Series Seminarios y Conferencias 77. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/36832>
- Contreras, M., Páramo, D. y Rojano, Y. (2019). La teoría fundamentada como metodología de construcción teórica. *Pensamiento & Gestión*, (47). <https://doi.org/10.14482/pege.47.9147>
- Coraggio, José Luis (2006). Sobre la sostenibilidad de los emprendimientos mercantiles de la economía social y solidaria. *Cuadernos del CENDES*, 23(61), 39-67. http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1012-25082006000100003&script=sci_arttext
- Fingermann, L., & Drago, N. (2016). El rol de la Universidad en la construcción de economía social y solidaria: los mercados solidarios de la UNLP. En *IX Jornadas de Sociología de la UNLP 5 al 7 de diciembre de 2016 Ensenada, Argentina*. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.9020/ev.9020.pdf
- Gaiger, L. I. G. (2011). A dimensão empreendedora da economia solidária: notas para um debate necessário. *Otra Economía*, 2(3), 58-72. <https://doi.org/10.4013/1145>
- Gaiger, L. I., & Andressa da Silva Corrêa. (2011). The uniqueness of solidarity entrepreneurship. *Ciências Sociais Unisinos*, 47(1), 34-43. <https://search.proquest.com/docview/1776714956?accountid=48797>
- Garzón, M., Ortiz, E., Acosta, J., Zarate, R., Uribe, R., Ramirez, M., & Saiz, J. (2015). *Gestión de la sostenibilidad en el marco de las organizaciones*. Bogotá DC, Colombia: Ediciones EAN. <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/8928/Gesti%-C3%B3nSostenibilidad.pdf>
- Heyden, D. (2004). *Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas*. Editorial: Línea Andina, Lima. (1° Ed.). <http://www.asocam.org/sites/default/files/publicaciones/files/3e26d8f0d5f6c6c7e9fdf80aa5eb1dba.pdf>
- López-García, Daniel. (2011). Canales cortos de comercialización como elemento dinamizador de las agriculturas ecológicas urbana y periurbana. 10.13140/2.1.1897.5043.

- Lizarazu, R. (2014). Los circuitos cortos de comercialización: impacto en la generación de ingresos de pequeños productores rurales. *Del productor al consumidor: una alternativa comercial para la agricultura familiar*. La Paz: Agónomos y Veterinarios sin Fronteras, 102-130. <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv16n33a01/7125>
- Maciel, J. P., & Ferrarini, A. V. (2020). Eficiência sistêmica em empreendimentos econômicos solidários de reciclagem: construção e aplicação de indicadores multidimensionais. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, 54. <http://dx.doi.org/10.5380/dma.v54i0.69164>
- Mance, E. (2001). *La revolución de las redes. La colaboración solidaria como una alternativa poscapitalista a la globalización actual*. Petrópolis, Brasil: Editora Voces.
- Marconatto, D., Pacheco Fernandes Dias, M., Wegner, D., & Bitencourt, C. (2020). The governance of solidarity economy organizations and their impact on community: a configurational approach. *International Review of Applied Economics*, 34(5), 626-649. <https://doi.org/10.1080/02692171.2019.1707786>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, (2018). *Lineamientos estratégicos de política pública: Agricultura campesina, familiar y comunitaria, ACFC*. <https://www.minagricultura.gov.co/Documents/lineamientos-acfc.pdf>
- Oliveira, AINFN de y Santos, MJ dos. (2020). Participación de capital y establecimiento de empresas de economía solidaria por parte de agricultores familiares en el municipio de São José do Barreiro-SP. *Revista Brasileña de Gestión y Desarrollo Regional*, 16 (3). <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v16i3.5893>
- Paz Sánchez, C. E., Toscano Ruíz, D. F., Rodríguez Díaz, C. D. (2018). Participation of the university in social development in the Latin American context. *Revista Conrado*, 14(65), 401-409. <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Rodríguez, H., Ramírez, C. & Restrepo, L. (2018). Factores Determinantes de la Sostenibilidad de las Agroempresas Asociativas Rurales. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 56(1), 107-122. <https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790560107>
- Rojas De Francisco, Laura, & Macías Prada, John Fernando. (2019). Autogestión, emprendimiento e innovación sociales: un análisis de contenidos publicados en twitter. *Tec Empresarial*, 13(3), 42-57. <https://dx.doi.org/10.18845/te.v13i3.4208>
- Villalba-Eguiluz, U., Egia-Olaizola, A., & Pérez de Mendiguren, J. C. (2020). Convergences between the Social and Solidarity Economy and Sustainable Development Goals: Case Study in the Basque Country. *Sustainability*, 12(13), 5435. <https://doi.org/10.3390/su12135435>