



## **Autogestión y economía social y solidaria en el contexto de la pandemia de COVID 19**

“Almacén Autogestivo de la Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de Quilmes.  
Estrategias de comercialización en contexto de pandemia por Covid-19”

Autoras:

Ana Laura Landriel (UNQ) [analaurlandriel@gmail.com](mailto:analaurlandriel@gmail.com)  
Nelly Concepción Cardozo (UNQ) [nellyconcepcioncardozo@gmail.com](mailto:nellyconcepcioncardozo@gmail.com)  
Blanca Rosa Peletay (UNQ) [peletayblanca@gmail.com](mailto:peletayblanca@gmail.com)

### Resumen

El Almacén Autogestivo es un espacio de venta de productos de la canasta básica de alimentos, provenientes de cooperativas, fábricas recuperadas, emprendimientos autogestivos y de la agricultura familiar, ubicado en la Universidad Nacional de Quilmes. Prioriza la relación directa entre la comunidad universitaria y diversas unidades productivas locales y regionales de la Economía Social, Solidaria y Popular, a través de la intermediación solidaria y circuitos cortos de comercialización, y a un precio justo, en sintonía con el derecho básico del ser humano como es la alimentación de calidad y la soberanía alimentaria. Ante este nuevo escenario de pandemia, en el que el AA debe estar cerrado y no es posible continuar con las actividades en su espacio, el equipo de gestión decide continuar con el servicio a la comunidad sumando tecnología mediante la utilización de la plataforma Chasqui, herramienta de Comercio Electrónico especialmente desarrollada por la UNQ para la Economía Social y Solidaria.

Palabras clave: Almacén Autogestivo, pandemia, Incubadora Universitaria, Economía Social y Solidaria, Plataforma Chasqui.

### **1-Antecedentes**

El Almacén Autogestivo es un espacio de venta de productos de almacén, de la Economía Social y Solidaria (ESS), provenientes de cooperativas, fábricas recuperadas, emprendimientos autogestivos y de la agricultura familiar, entre otros, ubicado dentro de la Universidad Nacional de Quilmes, en la zona sur del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA).



Este Almacén Autogestivo (AA) surge de “las prácticas académico-territoriales de incubación de procesos desarrollada por la Incubadora Universitaria de Economía, Mercado y Finanzas Solidarias (IUEMFS) de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). La IUEMFS forma parte del Programa Universitario de Incubación Social (PUIS) de la UNQ y de la amplia trayectoria universitaria del Proyecto CREES.” (Chiroque, Niño. 2019). Esto fue posible gracias a un convenio de cooperación entre la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y la Federación Argentina de Cooperativas de Trabajadores Autogestionadas (FACTA).

## **2-Gestión comercial**

En este caso el Almacén Autogestivo (AA) se propone aportar al desarrollo de circuitos económicos propios de la Economía Social y Solidaria (ESS), a través de la construcción, fortalecimiento y afianzamiento de redes de consumidores y productores en circuitos de cercanía. Su propósito es construir una sociedad con mercado para el buen vivir y sus objetivos son:

- 1-Construir Mercado de la ESS para la comunidad educativa de la UNQ
- 2-Comercializar productos de la ESS a través de la organización del consumo.
- 3-Organizar el consumo con precios justos para el productor y el consumidor
- 4-Visibilizar como valor agregado, las relaciones sociales del trabajo, la producción y el intercambio que anteceden al consumo, a través de la comercialización de los productos.

Este espacio fue inaugurado el 30 de octubre de 2014 y cuenta con más de 200 productos provenientes de distintos territorios, y tiene como finalidad, además de construir el mercado de la Comunidad Universitaria de la UNQ (compuesto por estudiantes, docentes, personal administrativo y de servicios, visitas y vecinos del barrio), promover la sustentabilidad y sostenibilidad laboral de todos/as los/as actores y actrices sociales que intervienen en el circuito de comercialización, desde la producción y la distribución hasta el consumo, apoyándonos en lo que conocemos como Circuitos Cortos de Comercialización. Cabe destacar que el “tema de los circuitos cortos de comercialización (CCC) vinculado al impulso a la agricultura familiar y la inclusión de los productores y emprendedores de pequeña escala en el mercado está adquiriendo importancia en las agendas de desarrollo públicas y privadas en América Latina y Caribe (ALC) así como en otras regiones del mundo” (Claudia Ranaboldo y Marta Arosio.2016).



Estos circuitos cortos de comercialización (CCC) nos permiten ofrecer productos de la ESS a un precio justo, para quienes producen, en principio, y a partir de la intermediación solidaria, para quienes los consumen. Esta intermediación solidaria en el circuito comercial, busca priorizar la relación directa entre productores y consumidores, en nuestro caso la comunidad universitaria y diversas unidades productivas locales y regionales de la Economía Social, Solidaria y Popular (ESSP). Desde este espacio se asume el compromiso de la construcción de un mercado con los valores del cooperativismo, la solidaridad y la reciprocidad, en coherencia con la propuesta del “buen vivir”, con lo que pensamos, sentimos, decimos y hacemos.

### **3-Articulaciones y vínculos**

Para ello, gestionar el AA, se convocó a estudiantes y egresados/as de la Tecnicatura Universitaria en Economía Social y Solidaria (TUESS) de la UNQ, mediante becas del PUIS. Así la gestión está a cargo de un equipo de trabajo compuesto por egresadas de la TUESS, que a su vez se incorporaron a la Cooperativa de Trabajo DespiertaVoces Ltda. (Compuesta por docentes, estudiantes y egresados/as de la UNQ). Desde entonces se gestiona a través del trabajo organizado y autogestivo (atención al público, articulación con proveedores, logística, administración, etc.), acompañado por la dirección de la IUEMF y en articulación con otros proyectos e incubadoras del Programa Universitario de Incubación Social (PUIS) y Programas de Extensión Universitaria (PEU) de la UNQ.

En cuanto a la provisión de productos, podemos decir que esta dinámica fue cambiando a medida que se fueron abriendo otros espacios. En un principio proveían al AA cooperativas de tercer, segundo, primer grado y comercializadoras de la Economía Social y Solidaria (como AFA y Puente de Sur), que funcionan con la misma lógica del Almacén, directamente en la UNQ y desde ahí se distribuía a otras comercializadoras. Posteriormente, con la implementación de la distribución de bolsones de verduras en transición agroecológica de la agricultura familiar, gestionada por Mercado Territorial (proyecto de la IUEMF, 2015)<sup>1</sup>, el AA comenzó a comercializar esos bolsones para la comunidad de la UNQ. En el año 2016 se inaugura en el Mercado Central de la provincia de Buenos Aires, “Central Cooperativa” (en coordinación con la IUEMF y otras organizaciones) como espacio de acopio y distribución mayorista de productos de la ESS, desde el cual se abastecen las comercializadoras de la ESS (comedores, organizaciones sociales y otras). Así entonces las

---

<sup>1</sup> Para una mayor información sobre las experiencias de Mercado Territorial y Central cooperativa (Chiroque, Niño. 2019) se recomienda consultar Revista La Otra Economía <https://revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/14786/9405>



Federaciones de cooperativas, vinculadas a empresas recuperadas, comercializadoras y cooperativas que originariamente abastecían al AA ya no se vinculan directamente con él, sino a través de “Central Cooperativa”.

Desde entonces el AA se abastece principalmente de Central Cooperativa que nuclea a través de AFA gran cantidad de productos de la canasta básica (harinas, arroz, aceites, fideos, yerbas, etc.), Cooperativa La Ciudad, que provee lácteos y quesos, y otros productores asociados/as y autogestionadas, artesanales y de emprendimientos de estudiantes de la UNQ, como panificados (galletitas dulces y saladas, grisines), miel y mermeladas de emprendedores locales (Quilmes, Berazategui y F. Varela), en su mayoría emprendimientos de la economía feminista en trato directo con el equipo de gestión del Almacén. La provisión de productos secos se hace en un período quincenal en coordinación con el sistema de traslados y fletes, por lo que el AA posee un pequeño depósito en un primer piso de las instalaciones de la UNQ.

Con el transcurso del tiempo y a través de las gestiones que se fueron dando en virtud del servicio que el Almacén ofrece a la comunidad universitaria, se generó un crecimiento considerable, tanto en diversificación de productos (actualmente más de 250 variedades) como en la nómina de consumidores, que en la actualidad registramos casi 5000, incluyendo a aquellos que hicieron una compra por única vez. Es de considerar que en la UNQ circulan alrededor de 15000 personas por semana, entre trabajadores docentes y no docentes, estudiantes, vecinos/as y visitas, y el AA atiende de lunes a viernes de 10 h a 14 h y de 15 h a 19 h, un promedio de 40 consumidores por día. Ese es el escenario donde se desarrollaba habitualmente el AA hasta diciembre de 2019

#### **4-Almacén en pandemia**

Este año 2020, a comienzos del mes de febrero el AA se disponía a abrir sus puertas con una nueva herramienta presentada en el II Congreso de ESS en la Universidad Nacional de Quilmes, la plataforma virtual Chasqui, la cual permitiría sumar ventas virtuales además de la venta directa en el AA de la UNQ. Sin embargo, este nuevo escenario de pandemia por Covid 19 donde la Universidad Nacional de Quilmes se transformó en un espacio de atención a personas afectadas por Covid 19, suspendió por seguridad, todas las actividades académicas, cerrando el acceso a cualquier persona que no fuera derivada del sistema público sanitario. Así es que quedó también obstaculizado el acceso al AA.



Ante este panorama y la cuarentena dispuesta, el equipo de gestión analiza estrategias que permitan atender a la comunidad universitaria que diariamente se surtía de productos del AA, incluido el bolsón de verduras de la agricultura familiar el cual se distribuía quincenalmente.

Es importante destacar que el Almacén Autogestivo trabaja en coordinación con Mercado Territorial y Central Cooperativa, y que los equipos de gestión que hacen posible todo este circuito en red de comercialización de productos de la canasta básica de la ESS, son socios/as de la Cooperativa DespiertaVoces Ltda. Es decir, todo el personal que gestiona y articula en el circuito (socios/as y no socios/as) es declarado personal esencial, precisamente porque aporta a la atención de uno de los derechos básicos del sujeto (acceso al alimento) y por otro lado la Soberanía Alimentaria que es el propósito de la ESS, según lo expresa Myriam Gorban, “Abordar la compleja problemática de la soberanía alimentaria (SA) implica tener una mirada muy amplia sobre el modo de producir, de comercializar, de distribuir, de consumir los alimentos dentro de un determinado contexto histórico y político, y al hacerlo hoy, además, implica partir de un modelo capitalista de producción estrechamente ligado al modelo hegemónico mundial altamente concentrado y transnacionalizado.” (Gorban, M. 2020)

### **5-ACSU/Chasqui**

Así es que nos encontramos, por un lado, con la disposición de distanciamiento social y por otro con la imposibilidad de acceder al AA (por lo tanto a los productos que en él se encuentran y en el depósito), más las herramientas que normalmente se utilizan para gestión de comercialización diaria y la toma de pedidos del bolsón de verduras. Solo se puede gestionar desde los hogares. En ese momento se decide utilizar la plataforma Chasqui. Es una herramienta de Comercio Electrónico especialmente desarrollada por la UNQ para la Economía Social y Solidaria. Una herramienta digital, de software libre, multiplataforma, que puede utilizarse en celulares, tablets y computadoras, está orientada a la visibilización, difusión, promoción y ventas de productos de la ESS, el fortalecimiento del sector y el desarrollo territorial.

Desde la línea de Mercado Institucional impulsado por las iniciativas de ESS (AA, CC y MT) y las organizaciones gremiales de la Comunidad UNQ (Sindicatos docentes, no docentes, trabajadores estatales) se concretó el Acuerdo Político: Incubadoras de Economía, Mercados y Finanzas; Diseño y Comunicación y Tecnologías Sociales; Programa de Incubación Social, y Sindicatos ADIUNQ, ATUNQ y UNQATE. Luego los Acuerdos operativos: Articulaciones entre Incubadoras. Equipos de trabajo de Central Cooperativa, Mercado Territorial y Almacén Autogestivo. Mecanismos de cobro y



financiamiento entre las iniciativas y sindicatos. Y el Acuerdo de comunicación: Desarrollo de mecanismos de difusión con equipos del Departamento de Economía y Administración, Incubadora de la UNQ y de los sindicatos para la comercialización y acceso. Sirvió como experiencia, articulando la posibilidad de la utilización de una herramienta digital con las redes socio-virtuales, nos remitimos al concepto de desarrollo socio-territorial. Ante esta nueva conformación de redes sociales, podemos designar como territorio al ciberespacio, y en ese sentido, las tecnologías de comunicación en redes sociales nos lleva a nuevos desafíos en el campo de la ESS. Esta tendencia social de nivel global de comunicación y comercialización por internet, por medio de redes sociales y plataformas virtuales pone al campo de la ESS a utilizarlas. Sin dejar de considerar que los vínculos personales con identidad comunitaria y trabajadora, son considerados de suma importancia, ya que en nuestro entramado social abogamos por la vinculación entre productores, distribuidores y consumidores, partícipes necesarios de la institución “mercado” para acuerdos transversales en la construcción de una sociedad “con mercado” y que son pilares de este campo en construcción dinámico.

Por otro lado, se debía estimar la demanda de las/os consumidores en este contexto, por lo que se consideró lo expresado por ellas/os a través de las redes sociales, que enunciaron el deseo de seguir abasteciéndose de productos de la ESS.

En esa instancia se articuló con MT para gestionar los pedidos de bolsones de verduras como se venía haciendo y con Central Cooperativa para el abastecimiento de los demás productos de almacén que MT, solidariamente, se encargaría de transportar desde Central Cooperativa hasta la UNQ. Así mismo se pensó en la entrega de los productos los días que MT hacía el reparto de bolsones, en ese momento viernes por medio, de modo de facilitar la logística y concentrar todo en un solo día, dos veces por mes. El lugar elegido para la entrega fue la plazoleta Rodolfo Walsh, lindante con la UNQ, de modo que la mayoría de consumidores tuvieran acceso rápido al lugar donde debían retirar los productos.

Se trabajó sobre la plataforma Chasqui adaptándola al AA, se socializó con todos/as los/as consumidores del AA y por redes (Facebook, Instagram) de modo de difundir las nuevas estrategias de venta para toda la comunidad, incluso para quienes no habían comprado nunca en el AA. También se decidió ofrecer la entrega a domicilio por ventas mayores a \$2000, se propició la compra asociada, de manera que más personas pudieran acceder a los productos pero sea un/a representante que pase a retirarlos ya que la disposición de ASPO impide la circulación. En ese caso, sugerimos a los/as consumidores que, al retirar los productos, vayan munidos de barbijo y en lo posible con el dinero justo. En tanto, el espacio de atención pasó a la plazoleta Rodolfo Walsh, que se limpia el piso con



agua/lavandina en cada entrega, se provee de alcohol y un rociador con agua/lavandina para mantener la limpieza y el uso de barbijos y guantes.

La propuesta se pone en marcha a fines de marzo del corriente año 2020 (el Almacén deja de atender en la UNQ a mediados de marzo de 2020), donde dos de las responsables del AA se postulan para hacer las entregas en la plazoleta con todos los cuidados que el contexto de pandemia exige. Se coordina con una docente de la TUESS, quien facilita un gazebo para resguardo de lluvias y sol los días de entrega, el cual, al no poder ser transportado una vez entregados los productos, es guardado en la recepción de la UNQ.

Por otro lado el equipo de Mercado Territorial facilita la gestión al poner a disposición del AA la logística, de modo que el día de entrega estén todos los productos en la plazoleta.

En el avance de COVID, el circuito socio-comercial de la ESS se vio desbordado ante la demanda de productos de la canasta básica que se ofrecen a precio justo, sin especulación y atendiendo a las organizaciones que también se vieron desbordadas por la situación socio alimentaria en contexto de pandemia. Sin ir más lejos, el precio del bolsón de verduras, que se construye en asamblea, se comercializaba al precio de noviembre de 2019 en un circuito solidario no especulativo, donde todos/as, actores/actrices, aportan su grano de arena y donde el principio básico de la comercialización es el ser humano y no la acumulación. Así mismo el almacén propicia la apertura de dos nodos para facilitar la entrega de bolsones (más de 10) y demás productos de almacén, en los domicilios favoreciendo a la comunidad (más cerca, más justo) y evitando contagios.

En esa instancia, a Central Cooperativa se le dificulta proveer al AA, así es que nuevamente es con MT con quien hace acuerdos. Se decide pedir todos los productos solicitados por los/as consumidores de AA a MT, y MT le hará un descuento sobre el precio que normalmente le hace a los nodos, de modo que el excedente alcance a cubrir parte de los retiros que normalmente hacen las socias del AA. Así, el Almacén se transforma en un nodo de MT.

Debemos señalar que los días de entrega de productos en la plazoleta, se sumaron con sus productos, algunos/as productores del barrio que además son consumidores habituales del almacén, algunos/as incluso, estudiantes de la UNQ.

Llegando el invierno y ante el avance de los contagios, se comienza a complicar el traslado de las técnicas a la plazoleta, por lo que se decide ofrecer a los/as emprendedores que comparten el espacio, la gestión de la comercialización de los productos, lo cual aportaría con los excedentes a sus economías familiares, además de la venta de sus propios productos. Hecho el acuerdo se firmó entre nos una carta intención, y en el mes de junio se hacen tareas conjuntas para facilitar el traspaso.



Así queda conformado el nodo “Manos Unidas” que continúa la entrega en la plazoleta para la comunidad de Bernal y alrededores. Y por otro lado, una de las técnicas organiza un nodo de consumo responsable y organizado en su vivienda, en el barrio de La Florida, al sur de Quilmes, el cual le pone el nombre de su emprendimiento “Abuela Liro”.

Podemos decir entonces que el AA ante la situación socio-sanitaria-económica se bifurcó desde la virtualidad en dos puntos de entrega UNQ, “Manos Unidas” (quienes trabajan con la nómina de consumidores del AA) y hacen las entregas en la plazoleta Rodolfo Walsh, y Abuela Liro en La Florida, Quilmes Oeste. Ambos nodos comparten la plataforma Chasqui del AA.

### **Dificultades**

No todo ha sido positivo, aún con todas las transformaciones que sucedieron en el Almacén, el esfuerzo y las tecnologías implementadas.

Además de los contagios por covid 19 que sufrieron compañeros/as de Mercado Territorial, por lo cual se suspendieron entregas (con todo lo que esto significa tanto para los/as consumidores como para los/as productores, la pérdida de un compañero de Central Cooperativa, también por covid 19, puso en cuestión todo lo desarrollado por la cooperativa y los equipos de gestión en todo el circuito de comercialización, sin dejar de valorar el cuidado con que se toman todas las decisiones y propuestas de trabajo. Así mismo, en otros nodos de consumo se relevaron contagios de diferentes actores sociales, lo que obligó a cerrar nodos de consumo de forma temporal y reforzar aún más cuidados y atención.

Por otro lado, se vio una merma significativa en las ventas que articula el AA por medio de Manos Unidas, esto significa que los excedentes no son suficientes para acceder a un retiro por lo menos igual al que el equipo de gestión accedía en diciembre de 2019. Es decir, que en este contexto de pandemia, es imposible sostenerse económicamente con los excedentes del Almacén, por lo que el equipo de gestión original (tres técnicas de la ESS) debió buscar otras alternativas de sustento y fueron reubicadas en los equipos de gestión de Central Cooperativa y administración de la Cooperativa DespiertaVoces.

### **6-Datos temporales**

A continuación, presentamos datos y gráficos ilustrativos. Se refleja mediante el siguiente gráfico la comparación del volumen de Ventas en los años 2019 y 2020 de los meses de Abril a Noviembre.



Ventas	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
<b>VENTAS 2019</b>	145360	167561	135450	115552	80043	192492	235671	179201
<b>VENTAS 2020</b>	75121	85373	69269	96676	27404	60990	53287	60990

Fuente de elaboración propia

Podemos observar la comparación entre ambos años en cuanto a la caída del volumen de ventas mientras en Octubre de 2019 las ventas alcanzaron su máximo valor de \$235671, en Octubre de 2020 alcanzaron un total de \$53287. También hay que tener en cuenta que en el mes de Octubre de 2019 las ventas se incrementaron por el ACSU (Acuerdo Cooperativo Sindical Universitario). Por otro lado, el mes de Agosto, con un mínimo volumen de \$27404, es el mes en que hubo una sola entrega del Nodo porque una la suspendieron por un caso de Covid 19.

Gráfico 1



Fuente de elaboración propia

La siguiente tabla y gráfico se compara la cantidad de productos vendidos en 2019 y 2020 en los meses de Abril a Noviembre.

Tabla 2

Productos Vendidos	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
<b>PRODUCTOS 2019</b>	2352	2069	1241	1336	1181	2184	2300	1108



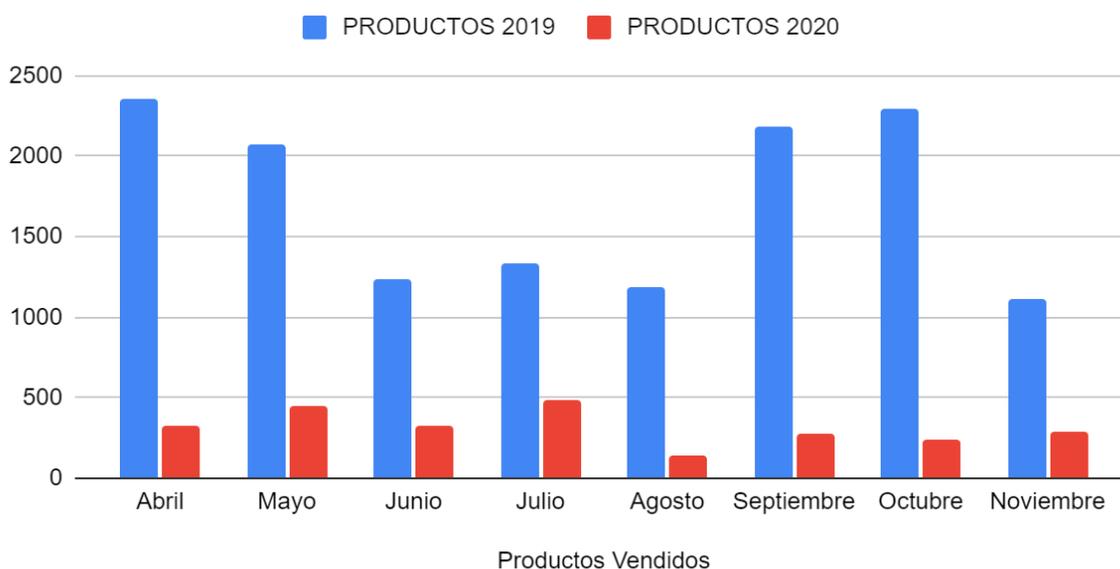
<b>PRODUCTOS 2020</b>	326	449	330	480	145	282	237	291
-----------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Fuente de elaboración propia

Podemos observar, la abrupta caída de la cantidad de productos vendidos, en 2352 productos alcanzando su máximo en Abril de 2019 y el mínimo de 145 productos en Agosto de 2020. Queda reflejada la disminución de las compras de los consumidores en época de pandemia.

Gráfico 2

## PRODUCTOS VENDIDOS 2019 y PRODUCTOS VENDIDOS 2020



Fuente de elaboración propia

### 7-Conclusiones

Indudablemente, esta realidad que transitamos a nivel mundial, esta pandemia por covid 19, obligó al equipo del AA a aceptarla como un desafío donde es necesario (porque todavía estamos en ella) hacerse de todas las herramientas aprehendidas en las diferentes experiencias que cada uno/a ha atravesado. En este caso fue posible gracias a la red socio-económica de la Economía Social y Solidaria y la Economía Popular, que sale a ponerle el cuerpo a la situación de la mano de las organizaciones



sociales, que son las primeras que corren a apagar los incendios, que por diferentes motivos, amenazan a la sociedad, en este caso, un virus mortal, el covid 19.

Es posible hacerlo, porque se viene construyendo un entramado socio-económico-cultural, desde hace más de 15 años, donde el respeto por el ser humano y la naturaleza son el principal objetivo de la construcción de una economía que dista bastante de las metas de acumulación por desposesión (Harvey, D. 2007), que ha sumido en la pobreza a gran parte de la población mundial, entre ella, la argentina. Una economía que se basa en la confianza y la valoración subjetiva, lo que permite construir relaciones que se fortalecen y se amplían en la práctica.

Es de destacar los roles asumidos por el equipo de gestión de Mercado Territorial en la distribución solidaria de los productos de la ESS y P, y la articulación con proveedores de la red; del equipo de Central Cooperativa que también se ocupa de la provisión de los productos de la canasta básica para todas las organizaciones involucradas; del entramado de Nodos de MT, quienes articulan en la visibilización de los diferentes nodos por zona, acercando a los/as consumidores con los/as productores; a las/os compañeras/os de Manos Unidas, que inmediatamente asumieron la responsabilidad de la entrega en el Nodo AA de la UNQ y a la comunidad universitaria que sigue confiando; a las compañeras que abrieron el Nodo Abuela Liro en La Florida, y a la comunidad de San Francisco Solano y aledaños que se suman a la propuesta de consumo organizado de la ESSyP; y por sobre todo a los directivos de la Universidad Nacional de Quilmes que hacen de la ESSyP una bandera de gestión para la transformación social.

Por todo lo antes mencionado, el equipo de gestión del Almacén Autogestivo se propone, para la etapa post-pandemia, continuar con la comercialización de los productos de la ESS por medio de la plataforma Chasqui, además de la práctica personal de atención diaria ya que esta es la herramienta primordial al momento de facilitar la relación con los/as consumidores. Sumar como estrategia comercial la plataforma Chasqui es continuar con el proyecto socioeconómico, político y cultural, planteado originariamente por el equipo gestor, generando trabajo virtual e ingresos genuinos al equipo del AA.

Se espera con esto incrementar las ventas del AA a través del E-Commerce específicamente con el uso de la plataforma Chasqui. Además que las ventas virtuales fortalezcan: la visibilidad del mercado de la ESS como opción de mercado interno y el desarrollo local, el consumo organizado y responsable, entendiendo que esto es una decisión política práctica y de construcción de sentidos. Vinculando este proceso de reingeniería en ventas del AA con otros procesos de incubación del PUIS que tiene por objetivo el acompañamiento y desarrollo socioeconómico y tecnológico de la ESS y E P.



### Bibliografía

-Altschuler, Bárbara (2013). Territorio y desarrollo, aportes de la geografía y otras disciplinas pares repensarlo. Revista Theomai. Disponible en: [http://revista-theomai.unq.edu.ar/numero\\_27-28/altschuler.pdf](http://revista-theomai.unq.edu.ar/numero_27-28/altschuler.pdf)

-Gorban, Myriam (2020). Hablemos de soberanía alimentaria. Voces en el Fénix. Disponible en: <https://www.vocesenelfenix.com/content/hablemos-de-soberan%C3%ADa-alimentaria> )

--Chiroque, H. Niño, Laura. 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. Disponible en: [https://docs.google.com/document/d/12qGNFFgG\\_bMX6xki\\_XNwqERuBXWmkLtBZye7hl40y-U/edit](https://docs.google.com/document/d/12qGNFFgG_bMX6xki_XNwqERuBXWmkLtBZye7hl40y-U/edit)

--Harvey, David (2007). El nuevo imperialismo: acumulación por deposiciones. Textos y entrevistas. Bs. As., Piedras de Papel. [file:///C:/Users/MI%20NET/Documents/EEE%20DIPeSS/ESyS\\_Harvey\\_Unidad\\_1.pdf](file:///C:/Users/MI%20NET/Documents/EEE%20DIPeSS/ESyS_Harvey_Unidad_1.pdf)

-Ranaboldo, C. y Aroiso, M. (2016) Circuitos Cortos de Comercialización: una mirada desde el enfoque territorial". FAO. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Disponible en: <http://www.fao.org/in-action/territorios-inteligentes/articulos/colaboraciones/detalle/es/c/410218/>