

COOPERATIVISMO, PARTICIPACIÓN Y CADENAS AGROPRODUCTIVAS. LAS FERIAS DE CONSUMO DE LARA, VENEZUELA

Bastidas-Delgado, Oscar¹

Publicado en: *AGROALIMENTARIA*. Vol. 27, N° 52; enero-junio 2021.
Bastidas-Delgado, Oscar (55-80).

Revista Agroalimentaria, Centro de Investigaciones Agroalimentarias, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de los Andes, Venezuela.

Recuperado en:

<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=03879be158333dae2ded2660907a47c86afb8d3f15b938faf84e67dbc7890957JmItdHM9MTY1ODE2OTkwMCZpZ3VpZD1mNDM0MDI0MS01NDU5LTQ0MjYtOTY0NC01OGYwYTI0NzdhdMzcmW5zaWQ9NTUzEzNg&ptn=3&fclid=ba4c8073-06c9-11ed-a50e-b84fb5a3885f&u=a1aHR0cHM6Ly9kaWFsbnV0LnVuaXJpb2phLmVzL2Rlc2NhcmdhL2FydGlicjVxvLzgyNTAyNDkucGRm&ntb=1>

RESUMEN

Desde 1983, bajo el lema «*Construyendo aquí y ahora el mundo que queremos*», las ferias de consumo familiar constituyen una de las instancias de funcionamiento del Organismo de Integración Cooperativa Cecosesola, Central Cooperativa Regional (CCR), asociada a la Central Cooperativa Nacional de Venezuela (Ceconave). Sus 550 trabajadores–asociados–son el centro operativo de una cadena agroalimentaria, conformada en red que integra aguas arriba unos 600 proveedores de hortalizas frescas y víveres de varios estados del país que, abastecen el 40% de la población de Barquisimeto, unas 100.000 familias beneficiarias. Sus precios son menores en un 50% en promedio al de los supermercados privados, gracias a una institucionalidad tejida desde lo cotidiano sobre criterios de confianza en y entre sus proveedores y los trabajadores-asociados. Como activista del cooperativismo impulsado por Ceconave y como académico, el autor conoce las Ferias desde antes de su puesta en marcha. Este artículo constituye una visión holística de Cecosesola y de sus Ferias, con forma de monografía descriptiva y analítica construida sobre visitas periódicas y entrevistas a los actores como fuentes primarias, y observaciones participantes fortalecidas con análisis de escritos de los propios actores, así como de consultores y otros investigadores interesados en esta experiencia. El documento se teje a partir de precisiones teóricas sobre el cooperativismo, el estado Lara como territorio base de las ferias y el surgimiento de una cultura participativa como eje transversal de Cecosesola y de las Ferias. En él se analiza la organización y funcionamiento autogestionario de estas últimas, su cadena de valor y el papel de sus actores, con énfasis en los criterios de comercio justo, las reuniones y decisiones consensuadas, los fondos como mecanismos de solidaridad y las ferias como mercado seguro para los productores. Finalmente reflexiona sobre la transformación cultural e institucional lograda y presenta un resumen de los impactos de las ferias a manera de balance social.

Palabras clave: ferias de consumo, Cecosesola, Ceconave, cooperativas, autogestión, cadenas agroproductivas, Lara, Venezuela

¹ Licenciado en Administración Comercial (Universidad Central de Venezuela-UCV); Especialización y Master en Desarrollo Agrícola y Planificación (Instituto de Estudios del Desarrollo Económico y Social-IEDES y Universidad de París I-Panteon-Sorbona, Francia); Estudios de Doctorado (Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París-EHESS y Colegio Cooperativo de París, Francia). Cooperativista; Profesor jubilado de la UCV; egresado del Programa Internacional de Formación Europea en Gestión de PyMEs (Unión Europea/ESADE/Universidad EAFIT/ Eurocentro Colombia) y Primer Programa Latinoamericano de Formación de Gerentes Sociales (CLAD/Gobierno de España/Programas de NNUU para Combatir la Pobreza y para la Reforma del Estado). *Dirección postal:* Dpto. de Ciencias Administrativas-EAC, Universidad Central de Venezuela. Ciudad Universitaria de Caracas, Los Chaguaramos. Caracas 1040, Venezuela. *Teléfono:* +584241725665. *ORCID:* <https://orcid.org/0000-0003-4389-0552>. *e-mail:* oscarbastidasdelgado@gmail.com

ABSTRACT

Since 1983 and with the slogan «Building here and now the world we want», the family consumption fairs is one of the operating instances of the *Organismo de Integración Cooperativa Cecosesola*, a Regional Cooperative Center (CCR) associated with the Central Cooperativa Nacional de Venezuela (Central Cooperativa Nacional de Venezuela-Ceconave). Integrated by 550 workers-associates, they are the operational center of an agri-food chain that united in a network that integrates about 600 suppliers of fresh vegetables and food from several states of the country supplying 40% of the population of Barquisimeto, some 100,000 beneficiary families. Their prices are lower by 50% on average than private supermarkets, thanks to an institutional framework established on criteria of trust and other factors in and between its suppliers and its workers/associates. As an activist of the cooperativism promoted by Ceconave and as an academic, the author has known the Fairs before their constitution. This article in itself is based on a holistic vision of Cecosesola and its fairs. It is a descriptive and analytical monograph built on periodic visits and interviews with the actors as primary sources and participant observations strengthened with the analysis of the writings of the actors themselves, consultants, and other researchers interested in this experience. The document is grounded on theoretical considerations about cooperativism and the Lara State as the base territory of the fairs, and the emergence of participatory culture as a transversal axis of Cecosesola and the fairs. It analyzes the organization and their self-management, their food value chains, as well the role of their actors, with emphasis on fair trade criteria, meetings and consensus decisions, funds as solidarity mechanisms, and fairs as a safe market for producers. Finally, a reflection on the cultural and institutional transformation achieved was carried out, and a summary of the impacts of the fairs as a social balance was presented.

Key words: Consumer fairs, Cecosesola, Ceconave, cooperatives, self-management, agri-food chains, Lara, Venezuela

RÉSUMÉ

Depuis 1983, sous le slogan «Construire le monde que nous voulons ici et maintenant», les salons de la consommation familiale constituent l'une des instances opérationnelles de l'Organismo de Integración Cooperativa CECOSOLA (anciennement Central Cooperativa de Servicios de Lara-Cecosesola, un centre coopératif régional - CCR), associé à la Central Cooperativa Nacional de Venezuela (CECONAVE). Ses 550 travailleurs –associés– constituent le centre opérationnel d'une chaîne agroalimentaire constituée d'un réseau, qui intègre en amont quelque 600 fournisseurs de légumes frais et d'aliments de divers États vénézuéliens qui approvisionnent environ 40 % de la population de Barquisimeto (capitale de Lara), avec quelque 100.000 familles bénéficiaires. Leurs prix sont inférieurs de 50 % en moyenne à ceux des supermarchés privés, grâce à un cadre institutionnel construit au quotidien, sur des critères de confiance dans et entre leurs fournisseurs et les salariés-associés. Militante du coopérativisme promu par la Ceconave et universitaire, l'auteur connaît les Foires bien avant leur lancement. Cet article est une vision holistique de CECOSOLA et de ses Foires, de type descriptif et analytique, construite à partir de visites périodiques et d'entretiens avec les acteurs comme sources primaires, ainsi que d'observations participantes renforcées par l'analyse des écrits des acteurs eux-mêmes, ainsi que des consultants et autres chercheurs intéressés par une telle expérience. Le document est enrichi avec de détails théoriques sur le coopérativisme, l'État de Lara comme territoire de base des Foires et l'émergence d'une culture participative comme axe transversal de CECOSOLA et de ses Foires. De même, il analyse l'organisation et l'autogestion de ceux-ci, leur chaîne de valeur et le rôle de leurs acteurs, en mettant l'accent sur les critères du commerce équitable, les rencontres et décisions consensuelles, les fonds comme mécanismes de solidarité, et les foires comme marché sûr pour les producteurs. Enfin, il présente une réflexion sur la transformation culturelle et institutionnelle réalisée ainsi qu'une synthèse des principaux impacts des foires en tant qu'équilibre social.

Mots-clés : foires de consommation à Lara, Cecosesola, Ceconave, coopératives, autogestion, filières agro-productives, Venezuela

RESUMO

Desde 1983, sob o lema «Construindo aqui e agora o mundo que queremos», as feiras de consumo familiar constituem uma das instâncias de funcionamento do Organismo de Integração Cooperativa CECOSOLA (anteriormente denominada Central Cooperativa de Serviços de Lara-Cecosesola, uma central cooperativa regional-CCR), associada à Central Cooperativa Nacional de Venezuela (CECONAVE). Seus 550 trabalhadores-associados constituem o centro operacional de uma cadeia agroalimentar conformada em rede, que integra águas acima, uns 600 fornecedores de

hortaliças frescas e víveres de diferentes estados venezuelanos, os quais abastecem aproximadamente 40% da população de Barquisimeto (capital do estado Lara), com umas 100.000 famílias beneficiárias. Os preços praticados são 50% inferiores aos dos supermercados privados, graças a uma institucionalidade construída a partir do cotidiano e de critérios de confiança estabelecidos entre os fornecedores e os trabalhadores associados. Como ativista do cooperativismo impulsionado por Ceconave e como acadêmico, o autor conhece as Feiras desde antes de sua posta em marcha. Este artigo adota uma visão holística e de tipo descritivo e analítico de Cecosesola e de suas feiras, a qual é construída, enquanto fonte primária de informação, a partir de visitas periódicas e entrevistas junto a atores, ademais de observação participante acrescidas de análises escritas elaboradas pelos próprios atores, bem como de consultores e outros pesquisadores interessados nesta experiência. O documento é tecido a partir de aprofundamento sobre a questão do cooperativismo, do estado de Lara enquanto território base das Feiras e do surgimento de uma cultura participativa como eixo transversal de Cecosesola e de suas Feiras. Além disso, analisa a organização e seu funcionamento autogestionado, incluindo as particularidades desta cadeia de valor, o papel de seus atores, com ênfase nos critérios de comércio justo, as reuniões e decisões e seus consensos, os fundos como mecanismos de solidariedade, bem como o papel das feiras como mercado seguro para os produtores. Por fim, propõe uma reflexão sobre a transformação cultural e institucional lograda, bem como um resumo dos principais impactos das feiras à guisa de oferecer um balanço social.

Palavras-chaves: feiras de consumo, Cecosesola, Ceconave, cooperativas, autogestão, cadeias agroprodutivas, Lara, Venezuela

1. INTRODUCCIÓN

Desde siempre han existido fórmulas organizacionales mediante las cuales individuos, grupos y poblaciones enteras han buscado y logrado soluciones a problemas de variadas magnitudes y alcances. En ese panorama, las utopías—escritas o no, entendiendo por tales solo planteamientos factibles y referidos a sociedades—, han contribuido notablemente (Desroche, 1976). Históricamente el cooperativismo surge con la Revolución Industrial, con el fin de enfrentar las secuelas del naciente capitalismo. Desde ese momento las contradicciones capitalismo-cooperativismo han sido constantes y, en la medida en que el capitalismo se ha transformado hasta impulsar la actual globalización neoliberal, las cooperativas también lo han hecho, aunque no al mismo ritmo.

En el 2014, sobre una muestra de 74 países que agrupaban cerca del 79% de la población mundial (2014), las cooperativas constituían el mayor movimiento socioeconómico del planeta con 1.217,5 millones de asociados en 2,94 millones de ellas. El empleo en o dentro de su ámbito comprendía al menos 250 millones de personas, 8,73% de la población ocupada mundial. De ello, 26,4 millones trabajaban

propriadamente en cooperativas, así: 10,8 millones de socios-trabajadores y 15,6 millones de empleados. Por su parte, las 300 cooperativas más grandes generaban ingresos anuales de 2,2 billones de dólares estadounidenses, equivalente al PIB de la séptima economía más grande del mundo (Roelants, Hyungsik y Terrasi, 2014). Además, en la Agenda de Desarrollo Sostenible para 2030 las cooperativas son reconocidas como actores importantes para atacar directamente y sin intermediación los problemas respectivos.

Fue en 1995 cuando la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), adoptó la primera definición de cooperativa en su historia:» Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática» (ACI, 1995, p. s/n).

De la definición se desprende una condición fundamental toda cooperativa: su doble dimensión de i) asociación autónoma de persona; y, ii) empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática. Si se observa la relación asociación-empresa bajo el prisma de la Figura N° 1, la asociación ocuparía en forma



Figura Nº 1. La doble dimensión asociación-empresa. Fuente: elaboración propia

simultánea el espacio de la esfera estratégica, política o gobierno y la empresa el de la esfera operativa.

Esa doble dimensión proporciona a los asociados la posibilidad de desarrollar una multiplicidad de roles dependiendo de la ubicación que asuman al interior de su cooperativa: asociados y propietarios, directivos, gerentes, trabajadores-asociados, usuarios y hasta proveedores. También proporciona a las cooperativas una ventaja competitiva no poseída por las organizaciones de capital y las públicas: un doble anclaje social y económico en lo local, ya que sus asociados no solo establecen vínculos humanos con las comunidades del territorio, además de habitar en él, sino también se proveen del territorio y llevan a él sus productos y servicios, además de generar empleos y otras incidencias.

El presente artículo se propone, bajo estas consideraciones previas acerca de las cooperativas y sus alcances, indagar en una cadena agroproductiva como experiencia de

altos impactos y reconocimientos en los ámbitos cooperativos y alimenticios como son las Ferias de Consumo de Lara (en adelante, **ferias**), reflexionar sobre la transformación cultural e institucional lograda por los actores y presentar un resumen de los impactos de ellas a manera de balance social. El mismo fue elaborado a partir de entrevistas a una muestra intencionada no aleatoria, aplicadas entre sus principales actores, seleccionados tomando como criterios sus condiciones de fundadores o años de experiencia en sus procesos, así como en documentos escritos por ellos y por otros interesados en la experiencia, complementados con reflexiones y observaciones participantes del autor.

2. PARTICIPACIÓN Y AUTOGESTIÓN COMO EJE TRANSVERSAL DE FUNCIONAMIENTO

La autogestión es la máxima expresión del proceso participativo (Hintze, 2010), como modalidad se contrapone al modelo

burocrático jerarquizado y con cadena de trabajo dividida para mejor dominio de los jerarcas (Bastidas-Delgado, 2020). Puede entenderse como proceso que permite que la totalidad de los miembros de una organización o comunidad tomar decisiones de manera voluntaria, sobre la base del principio «una persona un voto» (ACI, 2013), para luego de decidir –ellos mismos– ejecutar lo decidido, rompiendo con la dicotomía dirigentes/ dirigidos. Una referencia mundial del término la aportó la denominada «autogestión yugoslava», impulsada por el presidente Joseph Tito (Pozo, 2005), pero criticada como de simple cogestión gobierno-sindicatos.

El carácter de la autogestión variará según el ámbito en el que se desarrolle (Dahl-Østergaard, Moore, Ramírez, Wenner y Bonde, 2003). Del ámbito de aplicación dependerán los términos: *micro-autogestión* o *autogestión*, si se desarrolla en una organización; *autogestión local* o regional; y *autogestión plena* si se trata de un país. Es en las localidades donde las cooperativas «se anclan», donde echan bases para levantar su «edificio organizacional», superando los límites locales mediante los procesos de intercooperación y –mejor aún– de la integración o constitución de cooperativas por otras.

Un impulso al objetivo del desarrollo local de las cooperativas lo proporcionó la Alianza Cooperativa Internacional, al incluir el Séptimo Principio –el del Interés por la Comunidad–, como sigue: «*Al mismo tiempo que se centra en las necesidades y los deseos de los asociados, las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades, según los criterios aprobados por los asociados*». (ACI, 1995). Con este principio se impulsa la idea de que el desarrollo cooperativo debe ser integral y en lo posible endógeno como sucede con dos casos mundialmente conocidos: Mondragón en el País Vasco y los *kibbutzim* en Israel (Bakaikoa, Etxezarreta y Morandeira, 2013).

Es en lo local donde deben considerarse las causas constituyentes de cooperativas. Del Informe Final del Comité Académico: «*Éxito e innovación en la gestión: las cooperativas como agentes del desarrollo local*» de la Red Unircoop (Dávila-Ladrón de Guevara, Bastidas-Delgado, Fajardo-Rojas, 2005, p.97), se desprende que

las cooperativas son claves en el entorno local por su naturaleza y origen, por presentar aspectos importantes para el desarrollo territorial. Destacan entre ellos

(...) la dedicación al acopio, la industrialización y la comercialización de producciones locales. La posibilidad de contar con una importante infraestructura, equipamiento, tecnología, en comparación con otras formas de actividad empresarial. (Esto es particularmente notorio en el medio rural y en las pequeñas comunidades). Un alto grado de organización y control interno y externo que determina una formalidad relativamente mayor que las pequeñas empresas tradicionales ya sean familiares o de capital. La posibilidad de actuar como entidad representativa o testimonial de los intereses del sector o de la comunidad. La incidencia en temas tan importantes como el trabajo o el empleo digno, la atención a los problemas de la salud y la participación en la vida socio-cultural así como en el conjunto de las actividades locales. Una sensibilidad social y un manejo de una cierta cultura económica que favorecen la comunicación, la relación y la cooperación con otros actores sociales, económicos, políticos y gubernamentales» (Delcoop, s/f, p. s/n).

3. LARA COMO TERRITORIO BASE DELA CENTRAL COOPERATIVA DE SERVICIOS DEL ESTADO LARA (CECOSESOLA) Y SUS FERIAS

Lara está localizado al occidente del país. Su superficie es de 19.800 km² (Saavedra equivalentes al 2,2% del territorio nacional (INE, 2008). En 2013 contaba con una población de 2.019.211 de habitantes (INE, 2011), estimada luego en 2018 en 2.234.763 habitantes. Es el cuarto estado más poblado, después de Zulia, Miranda y Carabobo. Su ubicación le ha permitido ser confluencia de vías terrestres entre las regiones central al occidente, de los llanos occidentales al sur, el eje costero al norte, los Andes al oeste y del Zulia al noroeste, zonas en las que se localizan la mayoría de los proveedores de las ferias.

Es un estado productor de café, caña de azúcar, cocuiza, maíz, productos frutales, cítricos, papas, tomates, pimentones, cebollas. Tiene importantes desarrollos en avicultura, apicultura, madera, así como también en licor de cocuy y rones. Su actividad ganadera se concentra en la región de Carora con vacunos,

caprinos, porcinos, también caballos, chivos y ovejas. Importante es su actividad industrial y artesanal, turismo y la elaboración de vinos de mesa.

Allí tuvo su génesis Cecosesola, fundada originalmente como organismo de integración regional el 17/12/1967, que ya en 1971 integraba 31 cooperativas, con 4.227 beneficiarios (Freitez, 2007). Nadie mejor que uno de sus actores para sintetizar la historia de esa Central:

«A comienzos de los años 60, impulsados por un centro religioso católico comenzamos a encontrarnos, así fuimos constituyendo cooperativas de ahorro y crédito organizadas a nivel popular, siguiendo modelos centrados, sobre todo, en la capacitación administrativa, la formación de líderes y modelos organizativos tradicionales donde la directiva tenía el papel más importante. En 1967 ya estábamos enamorados y nos casamos. A finales de 1967 diez cooperativas dieron vida legal a CECOSOLA, en ese momento nos integramos sobre todo para prestarnos el servicio funerario ya que la ley de seguros no permitía que una cooperativa de primer grado asumiera tal función. (Ugalde, 2004)

Como todas las Centrales Cooperativas Regionales (CCR), nació con el Departamento Funerario que la enlazaría con la futura Ceconave. A ese departamento se añadiría luego el Departamento Agrícola y de Abastecimiento como encargado de establecer lazos sólidos entre productores agrícolas y usuarios ciudadanos, quitando del medio las denominadas «roscas» o intermediarios, idea en la que participaron con ahínco otras centrales como la de Portuguesa y Barinas.

Se remonta a principios de la década de 1970, cuando la situación del transporte público ciudadano era de total crisis. Los transportistas privados deseaban aumentar sus tarifas, mientras que la población barquisimetana se oponía a ello. Cecosesola rechazó el aumento y consecuentemente con su palabra, con dos créditos de Corpoindustria, definió rutas junto con las comunidades. Adquirió entonces 92 autobuses, iniciando sus actividades con una tarifa inferior en 50% a la de las demás líneas, hasta que una intervención gubernamental a favor del sector de capital destruyó este proceso.

Su Departamento de Transporte llegó a tener 128 unidades y a ser considerado como uno de los servicios de transporte colectivo más eficientes del continente. Dicho departamento tejió bases autogestionarias que abonarían las futuras ferias en un proceso que pudiese calificarse de interesante resiliencia de la Central. Él Funcionó exitosamente durante un quinquenio, bajo el lema «*Cooperativismo es unión y lucha del pueblo*», hasta que una acción gubernamental lo desplazó a favor de transportistas del sector de capital. Ello ocurría a pesar de la movilización nacional de las centrales regionales para mantenerlo en 1979.

Cecosesola es hoy la síntesis de sus procesos históricos y particular manera de ejecutar sus procesos. Es imposible comprenderla junto con sus ferias sin conocer previamente aquellos acontecimientos que la conformaron. Pasó de tener una estructura organizacional calificable de tradicional, por su parecido a la estructura de todas las CCR del país, a otra con muy propia institucionalidad y original producto de las variadas discusiones acerca de su funcionamiento siendo útil para los proveedores, trabajadores-asociados, usuarios y comunidad en general.

Como entidad cooperativa concede especiales derechos a sus trabajadores-asociados quienes, formalmente –por principios y pautas legales– toman decisiones en todas las instancias. Esto les obligó a pensar en fórmulas novedosas para enfrentar dilemas propios de nuevos procesos de propiedad y decisión, como serían los relativos a la autogestión, la planificación, operativa, constitución de fondos, reparto de excedentes y otros.

Se integra en una red de 50 entidades comunitarias ubicadas en siete entidades federales, que incluye 37 cooperativas de base con unos 30.000 cooperativistas e incorpora innovaciones sociales de impactos como la autogestión y el cálculo y la venta sobre el precio ponderado de sus productos. Funciona con una dinámica humana novedosa, ya que sus asociados son las cooperativas y grupos comunitarios de base y los propios trabajadores-asociados: 1.200 trabajadores-asociados a tiempo completo, de los cuales 550 se concentran en sus tres ferias grandes, a

quienes se sumarían unos 200 de las cuatro ferias pequeñas, para un total de 700.

Con la modificación del Estatuto (Cecosesola, 2002a) y con base en los preceptos de la *Ley Especial de Asociaciones Cooperativas* (RBV, 2001), las unidades operativas tradicionales de Cecosesola pasaron a denominarse instancias. Ellas son:

- **Instancia de Sociales:** servicio funerario sobre bases mutualistas que garantiza a unas 150.000 miembros y familiares de las organizaciones comunitarias y asociados a cooperativas de base y de la misma central, un servicio digno a razón de nueve personas por contrato de núcleo familiar cancelando semanalmente solo 10 céntimos de US dólar (Cecosesola, 2021a, p. 1). La instancia se reúne mensualmente y cuenta con su propio taller de sarcófagos, en el que dos trabajadores-asociados fabrican de 15 a 20 urnas semanales. Tiene además tres salas velatorias y nueve coches fúnebres.

- **Instancia de Salud:** se trata de una red de cinco centros entre los que destaca el novísimo Centro Integral Cooperativo de Salud (CICS), con dos quirófanos, 20 camas de hospitalización, un retén para recién nacidos y una habitación para pacientes pediátricos. Presta servicios de medicina tradicional y de la alternativa como la acupuntura, masajes, hidroterapia, nutrición y comedor a más de 230 mil ciudadanos anualmente con precios entre 50 y 60% por debajo de los del mercado con la atención de más de 150 profesionales de la salud. Se reúne quincenalmente.

Sobre los beneficiarios de salud, un estudio del Centro Gumilla y Cecosesola (2018, p. s/n) señaló que

Los consultados perciben el servicio como de calidad, aliado de la gente pobre y un ahorro para la vida; 77% de los usuarios y usuarias califica como «Excelente» el servicio de salud; 70% de los usuarios valoran, en una escala de 0 a 10, con 8 puntos o más, la trayectoria de Cecosesola. Si alguien intenta perjudicar a Cecosesola, el 97% de los usuarios de este servicio actuaría en su defensa.

- **Instancia de Apoyo Mutuo:** también llamada Instancia de Financiamiento, maneja el Fondo de Financiamiento Cooperativo.

Funciona al interior de Cecosesola y está integrada por las cooperativas afiliadas, que son las que nutren el fondo con porcentajes establecidos sobre las cosechas en el caso de los productores y de lo surtido por las ferias a las cooperativas que tienen ferias y abastos. Todas las decisiones de préstamos se toman por consenso considerando el historial y el cumplimiento de la palabra empeñada.

- **Instancia Escuela Cooperativa:** en su momento Cecosesola constituyó el Consejo Regional de Educación (CREP), que ocuparía el espacio del Departamento de Educación. Luego se constituyó la Escuela Rosario Arjona, en honor a una cooperativista del estado Portuguesa fallecida prematuramente. Esta instancia, con métodos flexibles y apuntando a una interesante relación del aprendizaje sobre lo cotidiano, incide en el aprendizaje y la formación de los trabajadores-asociados de la central y de las comunidades. En acuerdo con la Universidad Centro-Occidental Lisandro Alvarado que formó técnicos en cooperativismo, Cecosesola tiene una Cátedra de Cooperativismo.

- **Instancia de Producción y Abastecimiento:** se refiere a las ferias y reúne quincenalmente todas las cooperativas de la ciudad. Mensualmente celebra reuniones zonales con los productores de Trujillo, Lara y otras; y bimensualmente, las Reuniones de Costos y de Planificación de Cosechas. A ellas se dedican los siguientes epígrafes del artículo.

4. LAS FERIAS: ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

Con el lema «*Construyendo aquí y ahora el mundo que queremos*», desde 1983 y semana tras semana, las *Ferias de hortalizas de Lara*—nombre original—, de Barquisimeto o *Ferias de consumo familiar*—como se les conocen más recientemente— son referencia obligada de la población barquisimetana y del cooperativismo venezolano. En Ceconave existía interés por establecer vínculos entre cooperativas agrícolas y sectores urbanos, iniciativa que tomaba forma de ferias de hortalizas en otras centrales y cooperativas de base del país. Estas experiencias se habían ilustrado en cuanto al *modus operandi*,

de unas Ferias Campesinas desarrolladas en Caracas.

Entre las razones del surgimiento, además de superar las consecuencias de la arremetida intervencionista contra el Departamento de Transporte, se encontraban necesidades nacionales y locales como: i) establecer vínculos entre cooperativas larenses, sectores agrícolas y sectores urbanos organizados; ii) enfrentar monopolios regionales o roscas de comercialización; y, iii) llevar el cooperativismo a nuevas comunidades.

Existía el convencimiento de que esas necesidades podían ser satisfechas mediante la ayuda mutua y la cooperación. Fue así como el 26 de noviembre en 1983, bajo el lema «*Construyendo aquí y ahora el mundo que queremos*», la cooperativa El Triunfo arrancaba su primera feria con «arpa, cuatro y maracas» y con apoyo de otras cooperativas y de trabajadores de Transporte. En el sustrato del proceso existía una confluencia de necesidades, conflictos y presiones económicas.

Según sus propios impulsores el objetivo inicial fue generar un fuerte proceso de organización de usuarios, desarrollando un mercado amplio que facilitara una organización creciente alrededor de la producción agrícola e industrial a nivel popular. Mientras las ferias se desarrollaban la crisis continuaba en transporte, el precio del pasaje no cubría los costos y el Concejo Municipal se negaba a apoyar con subsidios por lo que se hizo difícil recuperar más unidades. Fue así como en marzo de 1984 se tomó la decisión de utilizar un autobús como feria rodante, con la idea de obtener ingresos para «*al menos compensar los gastos por gasolina de transporte*».

El autobús tenía una programación establecida de común acuerdo con las comunidades; detrás iba un segundo autobús como depósito de hortalizas, que llenaba guacales vacíos. En la práctica había entonces dos tipos de ferias: i) las de las cooperativas de base, como la de El Triunfo, a la que se sumaron las cooperativas La Salle y El Valle, y otros grupos comunitarios; y, ii) las «ferias rodantes» de los autobuses.

Para septiembre de 1985 los resultados económicos de las ferias rodantes permitieron cerrar el Departamento de Transporte y

cancelar deudas. También se ampliaron los operativos rodantes hasta alcanzar 30 barrios y tres poblaciones. Al poco tiempo se inició una feria más grande: la Feria del Este. En palabras de uno de los entrevistados (s/f): «*Algo estaba claro, debía continuarse con el trabajo cooperativo*».

Hoy, las ferias son siete, tres grandes: Centro, Este y Ruiz Pineda, y cuatro pequeñas de organizaciones de base que compran a las grandes y surten barrios específicos con las ventajas de la economía de escala: El Triunfo, Los Horcones, El Carmen y Duaca, todas afiliadas a Cecosesola. En torno a estas ferias existen otras cooperativas, grupos de usuarios organizados, bodegas que suman 20 mercados que son la principal fuente de abastecimiento de unas 100.000 familias (Cecosesola, 2021a, p. 2). Como toda experiencia cooperativa asume el Acto Cooperativo como clave de su funcionamiento y por ende rechaza el lucro en lo operativo.

Conducidas por sus 550 trabajadores-asociados, ellas reciben víveres y más de 600 toneladas de verduras (hortalizas) y frutas frescas provenientes de unos 600 proveedores de verduras y víveres organizados en cooperativas y asociaciones de productores, microempresas y organizaciones comunitarias. Estas se concentran en los estados Trujillo y Barinas, existiendo otros grupos en Táchira, Mérida y Zulia, así como en la región de Sanare (pueblo del estado Lara). Ellas venden sus productos con frecuencia semanal y totalmente a las 100.000 familias mencionadas, con evidentes ahorros gracias al cálculo ponderado de sus precios y que estos son en promedio menos de la mitad de los cobrados por los supermercados privados (Kliksberg, 1999).

Las ferias se inscriben en el marco de las nuevas modalidades de cooperación en América Latina apuntadas por la Organización Internacional del Trabajo (Amorim, 2016). Son visitadas por cooperativistas y personeros gubernamentales y de sectores privados de variados países y son referencia internacional de cooperativismo autogestionario en lo agroalimentario, consideradas por estudiosos como Bernardo Kliksberg (1998, 1999) en sus planteamientos sobre combate a la pobreza, la formación del capital social y la participación.

En el caso de Venezuela no es algo nuevo, pues a partir de la década de 1960 el movimiento cooperativo se expandió rápidamente y tuvo cada vez más protagonismo tanto en la prestación de servicios en áreas urbanas como en la comercialización agrícola y mercados comunitarios ().

5. ACTORES DE LAS FERIAS

Los actores son esencialmente tres: Proveedores "Trabajadores-Asociados" Usuarios

5.1. PROVEEDORES

En las ferias se diferencian claramente dos grupos de proveedores: i) las cooperativas, asociaciones y grupos comunitarios primarios integrados en Cecosesola; y, ii) las empresas privadas y los productores individuales. Entre estos últimos destacan los proveedores de víveres como Mavesa, complejo empresarial nacional del cual Cecosesola ha sido siempre importante cliente, gracias a concentrar sus compras en determinados envases, y el Mercado Mayorista de Barquisimeto (MERCABAR), importante organización de la ciudad. Entre los individuales destacan varios que fueron vendedores ambulantes y se ubicaban cerca de las ferias, ellos recibieron talleres de emprendimiento, y organizaron microempresas que con sus debidos permisos sanitarios venden sus productos en los anaqueles de las ferias.

En los estados Lara, Portuguesa, Trujillo y Barinas, más de 280 familias campesinas integradas en 15 organizaciones de producción agrícola abastecen a las ferias junto con unos 100 productores individuales. En ese espectro resaltan tres cooperativas, todas con agricultura planificada sobre los cupos de compra de las ferias: i) La Montaña, en el estado Trujillo, que desde sus inicios en 1991 vende productos a las ferias y promovió muchas cooperativas en si zona que arriman sus productos a las ferias; ii) la Cooperativa Campesina La Alianza, fundada en 1976, de propiedad colectiva y comprobada organización autogestionaria por el autor de este artículo. Fue una de las primeras en impulsar las ferias; produce productos hortofrutícolas orgánicos que son vendidos en alto porcentaje a las ferias. También es

reconocida por sus luchas contra la rosca de la papa; y, iii) la Cooperativa Aún de producción ecológica y procesamiento de café ubicada en el estado Barinas.

Entre los productores primarios destacan siete unidades de producción artesanal que elaboran pastas, granola, vainilla, aliños, miel, pulpas de frutas, salsas, café, artículos de limpieza personal y del hogar, y 17 organizaciones de producción agrícola o Unidades de Producción Comunitarias (UPC) que, junto a otras 50 en proceso de organización para el momento de esta redacción, produce la mayoría de las más de 600 toneladas de verduras y frutas que cada semana llegan a las ferias. (Cecosesola, 2021a, p. 5).

Estas UPC están ubicadas en pequeños caseríos de bajos recursos afectados por el flagelo del desempleo y sus secuelas, de ellas destacan la 8 de Marzo originada en la Cooperativa La Alianza, ubicada en el Caserío Palo Verde de Sanare, integrada por 20 mujeres y 5 hombres, productora de granola, café, brotes de frijol, harina de yuca, y pastas con una tecnología de avanzada, con reconocimiento internacional al trabajo de sus mujeres, también tienen su feria; también resalta La Campesina, panadería de productoras de catalina que comenzó con cinco mujeres comprando harina por kilogramos y produciendo en sus casas para una comunidad de 400 familias que luego se animaron a vender en las ferias; y la Moncar, distinguida por su producción de salsas de tomates, mermeladas y dulces caseros (Cecosesola, 2018).

A partir de este párrafo, cualquier alusión a los *proveedores* se entenderá como relativa a las cooperativas, asociaciones y grupos comunitarios primarios integrados en esta central regional.

5.2. TRABAJADORES-ASOCIADOS

Son 550, quienes trabajan en las tres ferias grandes y unos 200 en las cuatro pequeñas. Se suman los aspirantes a ingresar a las ferias, quienes deben ser recomendados por algún trabajador-asociado, quien a su vez se responsabiliza a introducirlo en las labores de la feria y responder por él durante seis meses, hasta definir su ingreso. Como en toda cooperativa, sus ingresos son concebidos como

anticipos societarios, puesto que al no estar en condiciones de dependencia laboral no perciben salarios. Sobre ellos se profundizará en siguientes párrafos.

5.3. USUARIOS

Como ya se ha adelantado, las cifras disponibles apuntan a unas 100.000 familias que adquieren los productos en las ferias (Figura N° 2) y en otras cooperativas, grupos de usuarios organizados y bodegas que suman 20 mercados (Cecosesola 2021a,p. 2). Aunque no se han investigado los impactos de las ferias en el cambio de los hábitos de consumo por parte de los usuarios, las ferias deben tener incidencias en países como Venezuela, que es el tercer país consumidor *per cápita* de pasta del mundo luego de Italia y Túnez.

Cuando se preguntó a 15 usuarios entrevistados por el autor de este documento ¿por cuál razón usted compra en las ferias?, la respuesta más frecuente fue «*porque es más barato*». Esto pudiera denotar por parte de los usuarios un espíritu de aprovechamiento de bajos precios, antes que la comprensión del sentido participativo y comunitario que ellas desarrollan. Solo tres aportaron elementos distintos al precio, como estos: «*Vengo desde hace unos cinco años, más por economía porque la calidad*

con un supermercado es más o menos la misma»(Entrevistado N° 1); «*Aquí la gente es como más colaboradora, se nota que se está en un mundo cooperativo al preguntar quién es el jefe y saber que no existe uno*» (Entrevistado N° 2); y, «*(...) siento que esto es algo diferente pero no logro entender porqué*» (Entrevistado N° 4).

A pesar de estas respuestas, en el estudio efectuado por el Centro Gumilla y Cecosesola (2018) se señaló que 98% de los usuarios de las ferias pertenecen a los estratos C y D, al tiempo que 80% gastaba más del 70% de sus ingresos en las ferias. Al respecto, agrega:

Los consultados perciben las ferias como un acompañante familiar, que brinda seguridad, alegría, esperanza y que se realiza con mucho orden. 79% de los usuarios y usuarias califica como «Excelente» el servicio de las ferias. 78% de los usuarios valoran, en una escala de 0 a 10, con 8 puntos o más, la trayectoria de Cecosesola. Si alguien intenta perjudicar a Cecosesola, el 99% de los usuarios de este servicio actuaría en su defensa.(Centro Gumilla y Cecosesola, 2018, p. s/n)

La Figura N° 3 permite visualizar los rasgos que definen a los actores y cómo se integran en la red agroproductiva de Cecosesola.



Figura 2. Usuarios de las ferias, en plena actividad de compra de productos agrícolas

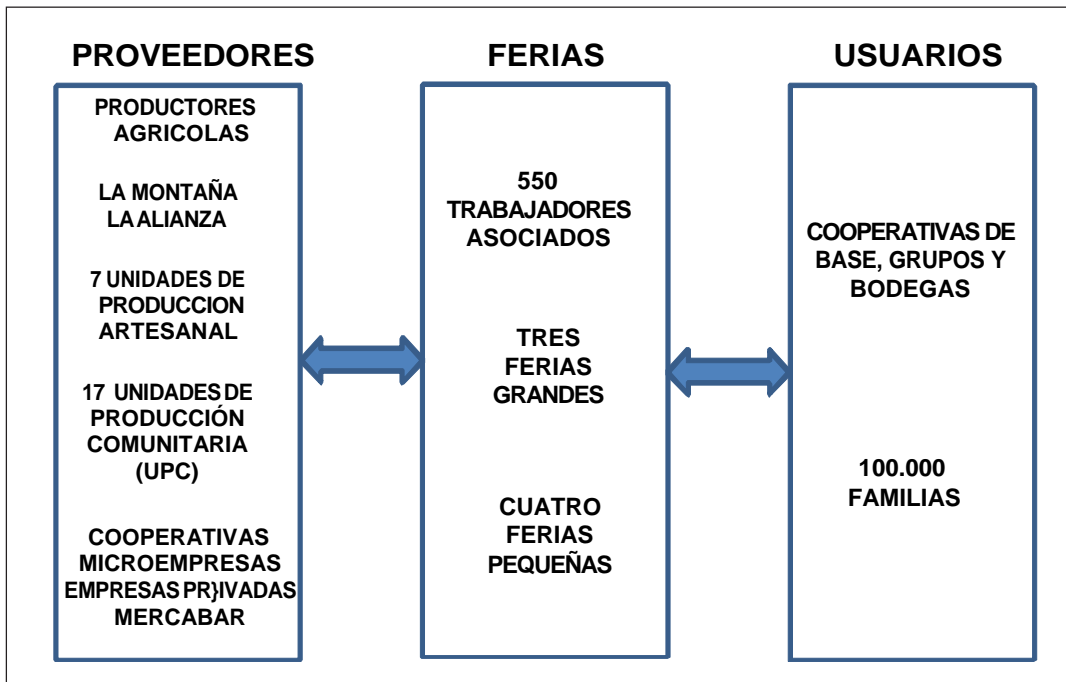


Figura 3. Actores de las ferias. Fuente: elaboración propia

6. CADENA DE VALOR DE FUNCIONAMIENTO DE LAS FERIAS

Las ferias intermedian, reciben en sus espacios las hortalizas frescas y los víveres para

venderlos totalmente; el *modus operandi* es similar en todas. A manera de eje, en la Figura Nº 4 se presenta su cadena de valor interna, que permite visualizar su funcionamiento.

Formulación de pedidos y compras ↔ Recepción de los productos ↔
Disposición espacial ↔ Entregas a usuarios organizados ↔
Cálculo y fijación del precio ponderado ↔ Ventas ↔ Evaluación ↔
Estado de resultados ↔ Detección de necesidades ↔
Formulación de pedidos y compras ↔ Detección de necesidades y nuevos pedidos

Figura Nº 4. Cecosesola: cadena interna de valor. Fuente: elaboración propia

Sus pasos pueden sistematizarse así:

Paso 1. Formulación de pedidos y compras: la compra es centralizada. Representantes de las ferias y organizaciones de base relacionadas con los usuarios elaboran las listas de necesidades de víveres y productos hortofrutícolas (35 especies) y las envían a

compras que consolida o integra los pedidos y se comunica con los proveedores.

Paso 2. Recepción de los productos, disposición espacial, y entregas a usuarios organizados: los productos son entregados directamente por los proveedores a cada feria

donde son recibidos y colocados en los espacios de venta; en paralelo se concentran por lotes los productos destinados a otras organizaciones.

En el espacio de las ferias también se vende charcutería, en la Feria del Este para nutrir el Fondo de Salud, en la del Centro la maneja la Cooperativa La Salle, y en la Feria de Ruiz Pineda y en la Cooperativa El Triunfo la maneja la Cooperativa Colibrí.

Paso 3. Cálculo y fijación del precio ponderado: en cuanto a las hortalizas, aparte de la calidad y la disponibilidad, los criterios de fijación del precio de venta: i) costos operativos: alquileres, transporte, pagos de colaboradores, vigilancia; ii) pérdidas: verduras no vendidas, desperdicios, merma y fugas; iii) excedentes deseados: imprevistos, capitalización y previsiones para inflación y crecimiento; y, iv) precios de la competencia como referencias (Gómez, 1998, p. 13).

En cuanto a los víveres, los precios son determinados: i) compensando diferencias en los márgenes de comercialización de unos con otros; ii) por la demanda relativa de cada producto; iii) por el precio de mercado, según cada temporada e incluso cada semana; o, iv) por posibles distorsiones por escasez o abundancia temporal de ciertos productos.

El precio de las hortalizas es único o ponderado: «igual por kilo sin importar la combinación del usuario» (Cecosesola, 2000, p. 2). El ponderado se basa en tres criterios prioritarios (Gómez, 1998, p.13): i) identificar los productos esenciales, regularmente en orden de importancia: papa, tomate, zanahoria, cebolla, pimentón, lechuga, ñame, ocumo, apio, auyama, yuca, repollo y plátano que constituyen casi el 70 % del volumen vendidos; ii) «Hacer lo imposible» para que la calidad sea la mejor y el precio significativamente inferior al del mercado; y, iii) «considerar las necesidades de los productores para no perjudicarlos».

Este sistema iguala de manera directa los precios de los productos caros con los baratos con dos correcciones: i) en épocas de escasez se limita la cantidad de determinados productos a ser comprados por persona; y, ii) los productos con precios más elevados se venden por separado en las «miniferias» realizadas al interior de cada feria, para así no afectar el ponderado general y facilitar las compras por personas de menores recursos.

El ponderado se establece mediante una ingeniosa operación aritmética, a partir del supuesto de que todas las hortalizas serán vendidas en el proceso (Figura Nº 5). El promedio es de 35 hortalizas en venta en las siete ferias y cinco en las miniferias internas.

TONELADAS DE HORTALIZAS	TONELADAS COMPRADAS	PRECIO TONELADA	TOTAL PAGADO
- Papas	XX	YY	ZZ
- V Zanahorias	XX	YY	ZZ
- vX	XX	YY	ZZ
TOTALES	XXX (1)		MMM (2)
Mas:			
X % por desperdicio.			MMM
X % por fuga.			TTT
X % por pérdida de verduras (al final).			VVV
X % por previsión por inflación y capitalización.			GGG
Total de precio para ponderar			VVV (5)
PRECIO PONDERADO 5 / 1			ZXW

Figura 5. Cecosesola: cálculo del precio ponderado. Fuente: elaboración propia

Varias opiniones apuntan a que el precio ponderado es el factor que más ha contribuido al éxito, pues permite la venta de la totalidad de las hortalizas a un precio promedio por kilo sin importar la combinación que de ellos haga el usuario (Cecosesola, 2000b). No hay dudas de que ese mecanismo beneficia tanto a «*la ancianita que solo quiere comprar tres papas, dos zanahorias y tres tomates para la comida del día, como a la familia que lleva un mercado completo para la semana o la quincena*» (p. 2), como lo expresó un trabajador asociado entrevistado.

Gómez (1998, p. 12) menciona cuatro razones a favor del precio ponderado, a saber: i) simplifica y acelera el proceso de selección de productos, optimizando el tiempo usado por cada consumidor; ii) simplifica el proceso de totalización y pago de los productos vendidos, incrementando la eficiencia del proceso de venta; iii) compensa las alzas estacionales de unos productos con las bajas de otros; y, iv) contribuye a la diversificación de la producción agrícola, al inducir cambios en los hábitos del consumidor y por lo tanto en el mercado de hortalizas.

Paso 4. Ventas y la puesta en práctica del Carnet cooperativo: con la pandemia las ferias funcionan de martes a sábado, práctica que amplió el número de días de ventas que en un momento fue de viernes a domingos. Con ello que alivia el esfuerzo de los trabajadores-asociados en cuanto a las dificultades de trasladarse los domingos y ampliar los días de venta, disminuyendo así las colas o filas de asistencia. Pero también se alivia el negocio de la «venta de puestos de entrada» en las colas, que alcanzaban a no menos de una centena al día.

El total promedio de cajas en las ferias se da los sábados, día de mayor asistencia de compradores, con un total de 100 a 120 cajeros atendiendo entre 12.000 y 15.000 usuarios.

- *Venta de víveres:* la variedad es grande. Allí se venden prácticamente todos los productos del consumo familiar; algunos son elaborados por la Unidades de Producción Comunitarias (UPC) o familiares. La idea es que los usuarios realicen sus compras en las ferias sin necesidad de ir por víveres a los supermercados, a fin de aprovechar economías de escala. Así mismo,

las compras se concentran en los envases con mayor demanda obteniendo mejores precios.

Con los altos precios por la hiperinflación, la pandemia del COVID-19 y la escasez de gasolina del país, dos fenómenos son observables en los meses recientes, se han evidenciado: i) una mayor asistencia de usuarios a las ferias, lo que obligó a poner en marcha el carnet mencionado como mecanismo facilitador del orden de entrada a las ferias; y, ii) un número creciente de ciudadanos que compran mayores cantidades de productos para llevar también a familiares y vecinos (Salas, 14/09/2021).

- *Venta de productos hortofrutícolas:* las ferias grandes conceden los rasgos del sistema. Venden un promedio de 35 especies de hortalizas con «descuentos» (*i.e.*, con una diferencia entre los precios ponderados y los de los supermercados). Tanto en las ferias como en las miniferias con sus 20 productos, los usuarios transitan en filas frente a las hortalizas, seleccionan las que deseen sin importar las combinaciones, las colocan en un saco o recipiente y al llegar a la zona de cajeros, pesan lo seleccionado y multiplican sus kilos por el precio ponderado cancelando el monto resultante.

El proceso recuerda la modalidad del «justo a tiempo»: los productos llegan en la medida en que se van agotando, y el proceso global de ventas hace que al final de la semana todos estén vendidos, reiniciando compras en la semana siguiente. Un factor de ahorro en tiempo es no tener un trabajador detrás de cada producto para el pesaje, lo que permite aprovechar esfuerzos y espacios con evidentes economías de escala. También, dado que las ferias venden la totalidad de sus productos, no requieren de refrigeración para la preservación de los productos destinados a la venta—como en los supermercados—, lo que genera ahorro energético.

Anteriormente, en caso de quedar hortalizas al final del proceso, dos autobuses las vendían a precios muy bajos cada lunes en algunos barrios de la ciudad. Ese procedimiento cesó y los autobuses se incorporaron al sistema de transporte de los trabajadores-asociados. Ahora solo algunas

ferias realizan operativos con las hortalizas que quedan para financiar el Fondo de Salud.

- *Un cambio importante, mayores compras en las miniferias:* con la venta por el gobierno a los ciudadanos registrados para ello, de las polémicas bolsas de los Comités Locales de Abastecimiento y Producción (CLAP) y ante la escasez de gasolina que obliga a usuarios a consolidar sus compras con las de familiares y amigos adquiriendo bultos completos y con el crecimiento del número de bodegas que asisten y se benefician de sus precios, la relación de venta víveres/hortalizas que hasta el 2014 era de 3 a 1 ha cambiado bruscamente. Actualmente los usuarios asisten más a las miniferias en búsqueda de los 20 productos concentrados en ellas, que a la feria integral con su abanico de 35 hortalizas en venta (Salas, 2021b)².

- *Una innovación técnica con incidencia en lo social, el Carnet Cooperativo:* ante la escasez de productos alimenticios en el país, las filas o colas de usuarios aumentaron considerablemente. Uno de los productos más demandados era la Harina PAN (harina precocida de maíz), producto de uso cotidiano para preparar las tradicionales arepas. Tal fue la angustia y asistencia de usuarios en su búsqueda que, para evitar aglomeraciones, en asamblea se decidió suspender su venta durante año y medio (Salas, 2021a). Esa situación generó una innovación técnica en las ventas: la adopción de un Carnet Cooperativo, que facilitó el acceso a las ferias mediante *tickets* entregados al azar a los usuarios. Ahora existen dos colas: una, conformada por quienes tienen número gracias al carnet; y otras, con el resto, si bien todos son atendidos diariamente. El carnet permite depósitos previos de dinero por recarga digital y transferencias electrónicas (Cecosesola, 2018).

Paso 5. Evaluación, estado de resultados, detección de necesidades y nuevos pedidos: estas actividades se realizan los lunes. Las tres ferias se reúnen cada una en

su local; cada una evalúa resultados colocando énfasis en comparar volúmenes vendidos con los previstos para ajustar siguientes compras y restablecer el inventario.

El Estado de Resultados se elabora colectivamente, a partir de la Hoja de Control de Verduras y Frutas, que es un Estado de Ganancias y Pérdidas. Este incluye: total de compras por proveedor; mercancía disponible; hortalizas no vendidas (inventario final más desperdicios); hortalizas vendidas; cálculo del sobrante o fuga; costo de venta; y ganancia o pérdida (Gómez, 1998, p. 14).

No buscando fines de lucro ni grandes excedentes sino beneficios para las comunidades, es comprensible que en Cecosesola se desee compensar ese vacío económico con los impactos sociales, intentando que al menos los ingresos por ventas lleguen a un punto de equilibrio del tipo ganar-ganar, en el que los tres actores salgan beneficiados. En esta situación subyace la afirmación «*nosotros somos las comunidades*», como manifestó un trabajador-asociado entrevistado (Carusí y Suárez, 15/04/2004).

Interesantes son las transferencias de las ferias a los usuarios por concepto de ahorros al comprar en ellas. El 11/05/2016, con un ingreso semestral de 30.170.463 de USD dólares, el ahorro generado era de 12.923.015 USD (Bastidas-Delgado, 2020).

Actualmente, a pesar del escenario de estanflación del país caracterizado por un estancamiento económico junto a una hiperinflación y un aumento creciente del desempleo y de las migraciones al exterior; estanflación acentuada por la pandemia del COVID-19, en lo que va del 2021 todos los servicios de Cecosesola suman unos 15 millones de dólares anuales promedio mínimos en ahorrados a la comunidad, se dice mínimo pues en recientes meses las ventas han aumentado y sus transferencias a los usuarios han hecho lo propio (Cecosesola, 2021a, p.1). Cerca del 90% de este monto es generado por las ferias (Salas, 14/09/2021).

7. CULTURA PARTICIPATIVA Y AUTOGESTIÓN COMO EJE TRANSVERSAL DE FUNCIONAMIENTO Desde la experiencia de transporte de Cecosesola se inició una cultura participativa

² Al 19/09/2021, al finalizarse este artículo, el precio del kilo variado de verduras en las miniferias era de 40 céntimos de US\$/kg.



Figura Nº 6. Reunión de evaluación y planificación. Fuente: [fotografía] propia

que trascendió a las cooperativas de base, dado que todo trabajador de la Central debe ser asociado a una de ellas. Ello también repercutió en Cecosesola como organismo de integración (Cecosesola, s/f b). De hecho,

En [el Departamento de] Transporte ya se había comenzado con la idea de romper las jerarquías porque si teníamos una jerarquía, propio de un sistema de dominación, eso frena el proceso educativo. Nos dijimos: «vamos a romper con las jerarquías, vamos a romper con ‘el jefe’ para descubrir fórmulas educativas que todos compartamos». Eso es lo único en que teníamos claridad. Iniciamos Transporte con ese planteamiento. (Salas, 2021a)

Gómez (1998, pp. 13-14), afirmaba

(...) Debe advertirse que el rasgo central de esta organización es la flexibilidad y la fluidez, por lo cual todas las estructuras e instancias tienen un carácter temporal, y tienden a ser sustituidas por otras cuando se considera que han dejado de ser útiles.

Con el tiempo, las ferias perfilaron un sistema descentralizado, «abierto y flexible» de grupos autónomos que se movilizan en torno a diversas instancias, construyendo unidad sobre valores y criterios comunes con base en decisiones tomadas por consenso. Ellas se han beneficiado de una participación intensa en lo cotidiano: reuniones de planificación y evaluación por equipos (como se observa en la Figura Nº 6), comunicación en todas las direcciones, rotación en las actividades, disciplina, convivencias, comidas compartidas, fondos o potes³, pero también toma de decisiones por consenso sin áreas de exclusión para nadie, como forma de repartir el poder y «desdibujar jerarquías» (Cecosesola, 2002b).

La modificación estatutaria convalidó esta situación al: i) eliminar la figura del trabajador asalariado ya que quienes estaban en esa situación adquirieron la de trabajadores-asociados; y, ii) sustituir el Consejo de Administración por un Equipo de

³ [Nota del Editor] Modismo venezolano, *empleado como sinónimo para referirse generalmente a un fondo colectivo de dinero.*

Representación nombrado por la Reunión General de Asociados. El mismo está integrado por tres personas, quienes solo ejercen la representación legal, judicial y extrajudicial de Cecosesola, pero no deciden (Cecosesola, 2002a). Esa «flexibilidad y fluidez» muestra rasgos participativos tan marcados que tanto en la experiencia de la cooperativa El Triunfo como en las ferias pueden calificarse de autogestionarios (Bastidas-Delgado, 2007).

En cuanto a los encuentros semanales sus actores afirman

Actualmente en la gran mayoría de las cooperativas y/o espacios de actividad de la red, se desarrolla por lo menos un encuentro semanal donde participamos todas las personas involucradas y, además, en situaciones normales existen unas 3.000 reuniones anuales de todo tipo donde vamos gestionando la globalidad del proceso. Allí asistimos rotativamente las más de 1.200 personas que participamos diariamente en las diferentes actividades de la red y cualquiera otra persona interesada. (...) No existe la votación, ni un orden del día previo, ni un director de debates. Las decisiones son consensuales. Se trata de reuniones muy diferentes a las tradicionales ya que sus características son más de encuentros familiares. Si bien en ellas tomamos decisiones, este no es su papel fundamental. Lo fundamental se encuentra en la conversación sobre nuestras maneras de relacionarnos, así como en ir consensuando criterios colectivos basados en nuestros fundamentos éticos de responsabilidad, apoyo mutuo y equidad. (Cecosesola, 2021a, p. 13).

La integración humana lograda mediante la participación no solo se desarrolla en las relaciones entre las ferias y sus proveedores y usuarios, también entre los trabajadores-asociados mismos, gracias a la sinergia de procesos participativos generadores de una autogestión muy propia como elemento integrador. Esa integración ha concedido especiales derechos a sus trabajadores-asociados, quienes –por principios y pautas estatutarias– deciden en todas las instancias y rotan en las actividades de planificación y operativas, las decisiones sobre los fondos, el reparto de excedentes y los anticipos societarios entre otros aspectos (Bastidas-Delgado, 2007).

Actualmente los trabajadores asociados se enorgullecen de tomar decisiones por consenso

y funcionar sin directivos, gerentes y supervisores desde hace unos 40 años y de tener representaciones colectivas de tres miembros nombrados en asambleas o reuniones de asociados. Si la experiencia se presenta en algún escenario nacional o extranjero, deben asistir al menos dos representantes. Sus comunicaciones a través del correo electrónico son trabajadas también en equipo, ninguna firma señala quien comunica.

Sobre los anticipos societarios se señala lo siguiente:

Debido también a esta situación, cada dos semanas, entre todas las personas que colaboramos en la gestión de nuestros servicios, consensuamos el monto de nuestros ingresos personales según la productividad generada. Se busca amortiguar el efecto sobre el ingreso real. A excepción de los médicos, el criterio es de ingresos básicos iguales con primas semanales para las familias por cada hijo o hija menor de 15 años. De nuevo, en este caso no nos guiamos por los valores del mercado. Si bien nuestros ingresos reales han acusado una baja inevitable, estos ingresos personales, entre 120 a 160 dólares mensuales según la cantidad de hijos o hijas menores de 15 años, son superiores a lo que ostentan la gran mayoría de los venezolanos. De hecho, podrían llegar a estar por encima de lo recibido hasta por entre el 80 y el 85% de la población. (Cecosesola 2021a, p. 14)

Una síntesis sobre estos factores ya la había aportado Salas (2004):

Como no hay directiva, nadie puede pelear por el poder. Una vez que no hay estructura de poder se acabó la pelea. Vamos a construir, el que quiere participar lo hace... Todas las reuniones son abiertas, todas las opiniones se escuchan y si no te gustó una decisión se vuelve a retomar, quien quiera puede replantearla. Cualquiera preside la reunión. Es un proceso bien preciso. Ahora, eso no se puede imponer de un día para otro; eso implica un cambio de uno mismo que tiene que salirse de esa onda de estar buscando poder. Es todo un cambio cultural lo que eso implica». «El proceso trasciende la formalidad y no se deja atrapar por la lógica de la dominación».

8. RELACIONES PROVEEDORES- FERIAS: CRITERIOS Y MECANISMOS DE SOLIDARIDAD

Desde el inicio de las ferias las relaciones con los proveedores han sido consideradas con

especial atención al interior de la cadena agro-productiva del sistema. Ya a finales de la década de 1990, con la idea de establecer útiles relaciones de intercooperación y gracias a acuerdos con cooperativas francesas, algunos de sus integrantes brindaron conocimientos a las cooperativas agrícolas afiliadas a la central sobre establecimiento de costos y uso apropiado de agroquímicos.

También, ante la amenaza de precios regulados por el Gobierno Nacional, durante un tiempo se destinaron excedentes de las ferias para garantizar el abastecimiento de aquellos productos de las unidades de producción comunitaria (UPC) Se trataba de productos tales como desinfectantes y ceras, cuyos precios estaban regulados y sus costos superaban en la práctica a los precios de venta. En esos casos se puso en práctica un mecanismo de compensación del aumento, cubriendo o diluyendo la diferencia con pequeños aumentos a otros productos (Salas, 14/09/2021).

Recuérdese que en las ferias se diferencian claramente dos grupos de proveedores: i) las cooperativas, asociaciones y grupos comunitarios primarios integrados en Cecosesola; y, ii) las empresas privadas y los productores individuales. Hoy estas relaciones se tejen sobre criterios de confianza y el respeto por la palabra empeñada, como fuente de una institucionalidad con normas claras y reglas. Los siguientes componentes de esas relaciones se refieren al primer grupo y son cuatro:

8.1. CRITERIOS DE COMERCIO JUSTO

Las ferias tienen importantes impactos en los proveedores, por su condición de impulsora de relaciones sobre la lógica de comercio justo, aquella que se contrapone a la intermediación explotadora de sectores poblacionales deprimidos, al reconocer el trabajo de los productores. Según Salas (14/09/2021), esta consideración se inició desde la primera feria en la cooperativa La Alianza, buscando una relación responsable, transparente equitativa con los proveedores, «conscientes de que se debe jugar limpio entre nosotros». Así,

Cada dos meses nos reunimos para revisar los costos de producción, pero con una inflación que llegó al 2.000% se hizo difícil. Algunos

productores propusieron llevar ese monitoreo sobre los precios del mercado y la respuesta de los «compas» fue: si nosotros quisiéramos llevarnos por el mercado nombraríamos un gerente de compras que vea los precios y ahorramos en tiempo; el interés nuestro es un proceso educativo que estamos generando y por eso nos reunimos y gastamos dinero en viajes y reuniones que son larguísimas, porque estamos tratando de cambiar como personas y ser transparentes. Este sistema se ha mantenido y lo que se hace entre reuniones es ver con ellos la variación del dólar y ajustar semanalmente con base en montos establecidos en bolívares, normalmente se ajusta un poco más hacia arriba por la devaluación. (...) No hay convenios por escrito, contamos con el valor de la palabra empeñada. No nos guiamos por los valores de mercado, por lo cual las productoras y productores de la red tenemos garantizado al sembrar, no solo nuestra subsistencia, sino además la posibilidad de continuar nuestro proceso productivo. (Cecosesola, 2021a, p.23)

8.2. REUNIONES Y DECISIONES CONSENSUADAS

Sobre la lógica descrita se realizan las *reuniones de productores y ferias* con la finalidad de planificar las cosechas y acordar precios. Las reuniones son participativas y en ellas los productores presentan sus planes de cosecha y los costos operativos estimados. Luego de analizadas, se establecen cuotas de producción por productos y precios, sujetos a revisión bimensual dependiendo de las fechas de entrega y de nuevas relaciones de costos. Así,

Los precios de los productos producidos y distribuidos dentro de la red se basan en sus costos de producción, más un margen razonable consensuado en encuentros amplios entre las personas involucradas y con base a criterios de solidaridad y equidad. (...) No nos guiamos por los valores de mercado, por lo cual las productoras y productores de la red tenemos garantizado al sembrar, no solo nuestra subsistencia, sino además la posibilidad de continuar nuestro proceso productivo. (Cecosesola, 2021a, p. 23).

No existe la votación, las decisiones son consensuales, ya sean tomadas individualmente, por varios o en reuniones, en cuanto sean coherentes con nuestros fundamentos de responsabilidad, equidad y solidaridad. Cada

quién es responsable de las consecuencias de las decisiones que tomen. Cualquier decisión puede ser cuestionada con base a [sic] su coherencia con nuestros fundamentos. (Cecosesola 2021b, p. 1).

Los mecanismos de intercooperación entre proveedores son casi inexistentes. Existen entre cooperativas en cuanto a aprovechar la capacidad de transporte que alguna pudiese tener a cambio de un aporte equitativo en cuanto a costos.

8.3. LAS FERIAS COMO DESTINO SEGURO DE LOS PRODUCTOS

Antes del establecimiento de las ferias los productores estaban sujetos a los vaivenes del mercado. Muchos fueron los que llevaron sus productos a Caracas, por ejemplo y al ver que los precios eran menores que sus costos de producción, preferían regalarlos o botarlos antes de caer en las manos de esa especulación. Aún al inicio de las ferias algunos productores llevaban sus productos a otros destinos, para mayores ganancias, lo que originaba sanciones acordadas por el resto de los mismos productores

Con las decisiones consensuadas y los precios establecidos como se señala *ut supra*, esa situación disminuyó. Ello se explica dado que, una vez acordados los precios, las ferias se convierten en destino seguro para los productores sean agrícolas o artesanales, durante el tiempo acordado por consenso. Con las ferias los productores han tomado conciencia de la estabilidad que las ferias les brindan, lo que contribuye a que respeten los acuerdos.

En las ferias las modificaciones de precios son más lentas que en el mercado. Hay productos a los cuales se les establece un precio fijo, generalmente con un margen 30 o 40% sobre el costo (ajo porro y lechuga, por ejemplo). A otros se les establece un precio mínimo, que se convierte en compromiso con la Feria y en una garantía de precio seguro para el productor. Acá la confianza mencionada juega papel importante. Si bien los precios se establecen en bolívares, se toma el dólar estadounidense como referencia de los precios iniciales y, ante los efectos de la inflación, el monitoreo de precios es permanente con

ajustes que puede efectuarse en cualquier momento (Salas, 2021b).

8.4. LOS FONDOS COMO MECANISMOS DE SOLIDARIDAD

La solidaridad como valor surge voluntariamente entre un mínimo de dos personas, grupos u organizaciones con necesidades comunes y disposición para aunar esfuerzos (Bastidas-Delgado, 2021), que establece «una relación recíproca o es de ida y vuelta» (Dockendorff, 1993, p. 65). No puede generarse entre egoístas orientados solo por la racionalidad económica. Es un «valor-practico» que existe solo si se le construye entre dos o más personas; y debe ser concreto, visible, verificable.

Contrario a lo que algunos autores pregonan, debe ser recíproco, no unilateral como la limosna que se proporciona a un desconocido, no es «ayudar a alguien sin recibir nada a cambio y sin que nadie se entere», exige reconocimiento de la acción solidaria, no se puede entender un acto como solidario sin que exista contraprestación o respuestas acordes con el acto mismo. Por ello no se proclama, impone o decreta, no existe porque lo promulgue una ley, es un valor a construir entre personas en las organizaciones y la sociedad, su base está en el valor de la ayuda mutua y reciprocidad.

En cuanto a la solidaridad como valor en el cooperativismo, la Alianza Cooperativa Internacional (ACI, 1995), organismo cúpula del cooperativismo mundial, la incluye en el conjunto de valores que le conceden «*unidad, integridad e identidad al movimiento cooperativo en el planeta*». Al hacerlo, coloca ese valor como eje de la ética cooperativa.

Una definición de solidaridad es

Valor construido voluntariamente entre grupos de personas u organizaciones que comparten fines y enfrentan necesidades y aspiraciones comunes mediante compromisos recíprocos asumidos individualmente como responsabilidades propias, valor demostrable con el uso del vocablo «nosotros» como indicador de la responsabilidad con los compromisos y del alto sentido de pertenencia al grupo u organización. (Bastidas-Delgado, 2020).

El sello o piedra angular que marca el funcionamiento de las cooperativas y que les diferencia de otras organizaciones – especialmente de las comerciales– es el acto cooperativo. Las actividades de las cooperativas se rigen por este último y se riñen en lo esencial con el acto comercial. El acto cooperativo es definido por Cracogna (2013) como

(...) la expresión más relevante de la naturaleza de las cooperativas pues constituye la operación típica que realizan las cooperativas con sus respectivos asociados para cumplir su objeto social. Por su naturaleza este acto excluye toda finalidad lucrativa pues consiste en la prestación del servicio para el cual los consumidores o usuarios organizaron la cooperativa. Siendo que los asociados reúnen simultáneamente la condición de dueños y clientes de la cooperativa, no podría tener lugar entre asociado y cooperativa la contraposición de intereses que caracteriza a la relación consumidor/proveedor. (p. 5)

Retomando a Cracogna (2013) y la Ley Especial de Asociaciones Cooperativas Venezolana (RBV, 2001) a propósito del acto cooperativo, el acto solidario puede ser entendido como aquel

(...) realizado por organizaciones constituidas voluntariamente y sin fines de lucro que construyen permanentemente el valor de la solidaridad entre sus asociados y con otras organizaciones similares y entes con el propósito de servicio en cumplimiento de su objeto social, mediante compromisos recíprocos asumidos como propios por sus asociados y entre ellas (Bastidas-Delgado, 2020).

En aras de este valor, en Cecosesola se han establecido fondos o potes que favorecen la integración humana (Cecosesola, 2021a, pp. 24-25). Ellos funcionan con apoyo de las cooperativas de Ahorro y Crédito integradas en Cecosesola que cubren 35 comunidades y benefician a cerca de 20.000 asociados. Son varios:

8.4.1. Fondo de Salud: realmente son varios fondos, constituidos por la mayoría de las cooperativas y grupos que conforman la red de manera descentralizada. Cada uno es pequeño, pero ante eventualidades altas unen

sus recursos y apoyan a unos 5.500 beneficiarios: trabajadores-asociados, padres, hijos y parejas, al cubrir hasta un 75% de los gastos generados por requerimientos de salud –tales como exámenes médicos, lentes, tratamientos odontológicos e intervenciones quirúrgicas–, con financiamientos de hasta USD7.000, como ocurrió en un reciente caso. Quien lo utiliza debe cancelar un mínimo de pago del 25% y para ello puede vender cualquier cosa que no compita con las ferias (Salas, 14/09/2021).

Se nutre con aportes semanales de las personas asociadas, con actividades permanentes en las ferias, tales como venta de productos para mascotas, charcutería, chucherías y otras actividades colectivas ocasionales. Sucede también que los productores pueden trabajar en las ferias y lo percibido por ello se suma a sus fondos de salud. Algunas ferias realizan operativos con las hortalizas que quedan para financiarlo. Es común el aporte de un complemento solidario por otros «compas»⁴. En casos de montos altos, se tiene la opción de pagarlo vendiendo objetos propios o productos de las ferias.

Salas (15/09/2021) describe varios aspectos:

Sea como sea, aquí nadie se va a morir por falta de plata o de asistencia médica, ante cualquier emergencia. Ese pote lo hemos nutrido de miles maneras para que tenga como responder. Se saca la plata de inmediato y luego hay unos criterios para recuperarla que varía un poquito pues cada cooperativa tiene sus cálculos. (...) Con este fondo estamos aplicando la equidad, estamos aplicando la solidaridad, nos enteramos de quienes de nosotros está enfermo y ahorita, con el [la] COVID-19, este ha sido la solución a muchos casos graves que hemos tenido». Ante el [la] COVID-19 esa ha sido la solución. En el caso de hospitalizados del gobierno, no ha sido fácil y hasta hemos tenido que prestarle bombonas al gobierno. Nos autorizaron a tener

⁴ [Nota del Editor] Apócope de «compañero», denominación coloquial (americanismo) con el que se alude a una persona muy allegada, a la que se está estrechamente relacionado; en este caso, a otros asociados de la cooperativa.

un espacio para los casos medianamente graves en un edificio que es de la cooperativa El Triunfo.

8.4.1. *Fondo de medicamentos*: surgió por la escasez y carestía de medicinas ante enfermedades prolongadas. Desde su inicio cuenta con aportes de amigos de Alemania. Se nutre de aportes semanales personales equivalentes al 2% de los anticipos societarios, y en 5% por quienes lo utilizan, más actividades colectivas pro fondos. En algún momento las medicinas entregadas eran adquiridas en Colombia.

8.4.2. *Pote colectivo de vehículos*: nació por causa de la inflación, con la idea de los compas de apoyar las reparaciones de sus vehículos, siempre que estos fueran utilizados como medios colectivos por parte de sus otros compañeros de trabajo. Se nutre del trabajo voluntario de una mañana de día de descanso al mes, a través de la venta de artículos de limpieza, como jabones líquidos en envases reciclables y funciona relacionado con la caja de ahorros con un interés del 3% (Salas, 2021a).

8.4.3. *Caja de Ahorro de Trabajadores-Asociados de Cecosesola*: se nutre de actividades colectivas voluntarias generadoras de ingresos más un ahorro individual semanal equivalente a un dólar estadounidense. Presta solo a sus miembros. En este ámbito del ahorro se promueve que todas las cooperativas y grupos tengan sus propios fondos y casi todos lo tienen, si bien entre todos se tiene un fondo integrado para casos graves.

Dos fondos adicionales fueron establecidos en función directa de los proveedores. Se trata del:

8.4.4. *Fondo de cosechas*: es un pote constituido con aportes en especies de los productores. Con él se apoyó al grupo de Monte Carmelo, cuando perdió su cosecha. Actualmente, si un productor pierde su cosecha se le da la oportunidad de sembrar un producto de circuito corto –como el cilantro–, para que se recupere en lo posible. Su saldo se utiliza para comprar las cestas para el traslado de productos.

8.4.5. *Pote o fondo de financiamiento cooperativo*: funciona desde el año 1992 y se nutre con aportes de las cooperativas de producción, con un porcentaje de lo que arriman (consignan a la cooperativa) y las de consumo, con un porcentaje de lo que compran. Formalmente el pote está en Cecosesola, pero se gestiona entre todas. Financia grupos colectivos en el reforzamiento del capital colectivo, adquisición de equipos, ampliación de sedes, compra de un terreno, tractor o camión, con tasas de interés que oscilan entre 0% y 18%.

El pote se constituye con aportes de: i) los grupos de productores colocan el 1% de lo que arriman a la Feria como contribución no reintegrable pues no tiene forma de certificado de aportación, ni se retiran si dejan de vender a la Feria; y, ii) las cooperativas que compran a las ferias cancelan un recargo de 0,25% para este pote. Se realizan reuniones de monitoreo bimensuales.

9. TRANSFORMACIÓN CULTURAL Y NUEVA INSTITUCIONALIDAD COMO EJE DE LO COTIDIANO

Generalmente, los procesos formativos en el cooperativismo han sido asumidos regularmente con excelentes intenciones, pero limitados a cursos y talleres sin mayor trascendencia. Cecosesola funcionó así durante sus primeros cinco años, pero reflexiones intensas desde el trabajo cotidiano y sus relaciones con proveedores y comunidades y la experiencia de Transporte, condujeron a sus actores a profundos cambios. Lo descrito a continuación por la propia organización es buena señal de profundos cambios en los compas de Cecosesola:

El impulso para ir profundizando ese proceso transformador que nos planteamos hoy en día, se inició a los 5 años de fundada Cecosesola. Comenzó con un cuestionamiento al rumbo que había tomado nuestra central cooperativa al burocratizarse y limitarse a ser una cooperativa tradicional de y para sus asociadas y asociados, sin mayor compromiso social con su entorno. Adicionalmente, se cuestionaba el concepto educativo de impartir educación, de enseñar a pescar, contrario a un proceso de compromiso social con base a la reflexión colectiva sobre el quehacer diario. De manera que en vez de

encerrarnos en la dualidad entre enseñar a pescar o dar el pescado, se trata de ir trascendiendo esta dicotomía gravitando en el pescar juntas, compartiendo nuestros conocimientos y descubrimientos. En el fondo, se buscaba rescatar la mística y pasión de nuestros inicios, reto que se mantiene hoy en día. (Cecosesola, 2021a, pp. 5-6)

Los procesos en la central son concebidos como

(...) un proceso de transformación cultural que gravita en ir descubriendo otras maneras de relacionarnos. Se trata de ir desdibujando las relaciones patriarcales que, a través de miles de años, han propiciado la dominación de unos pocos seres humanos sobre los demás, incluyendo todo lo que es vida en nuestro planeta. Maneras estas de relacionarse que vemos como transformables porque tienen un origen cultural. Intentamos pues propiciar el bienestar que emerge en cuanto vamos desdibujando esas relaciones de dominación, construyendo relaciones armónicas de confianza, de apoyo mutuo, de empatía y compasión... (Cecosesola, 2021a, p. 1)

(...) Y más importante aún, se trata de un proceso que no se limita a los trabajadores y trabajadoras asociadas que colaboramos directamente en la gestión de la red, sino que es un proceso abierto, que irradia a cualquiera que se vaya identificando con él, y en especial hacia nuestros familiares y amistades, así como hacia las decenas de miles de personas que se acercan por la calidad y lo económico de nuestros servicios. (Cecosesola, 2021a, p. 3)

Actualmente, nuestra razón de ser gravita en un proceso educativo de transformación cultural con base en la reñexión colectiva sobre el quehacer diario. Nuestras variadas actividades son los espacios que nos permiten desarrollar ese proceso. (Cecosesola 2021a, p. 5)

Gracias a estos procesos, las condiciones tradicionales de funcionamiento se transformaron y rompieron con jerarquías y la clásica división taylorista del trabajo. Inciden en esas rupturas jerárquicas los intensos procesos de «rotación en todo», conducentes a reales procesos autogestionarios. Importante es la afirmación de Marián Pérez, trabajadora

de la UPC el 8 de marzo (*apud* Cecosesola, 2018): «Es en colectivos en donde mejor se consiguen las mejores soluciones».

Como crítica al individualismo y según Rafael Briceño (Cecosesola 2021a), en los trabajadores-asociados se encuentran frecuentemente frases de rechazo como la de “pensar solo en mí, producir solo para mí”. Por tanto,

Se trata de ir desdibujando las relaciones patriarcales que, a través de miles de años, han propiciado la dominación de unos pocos seres humanos sobre los demás, incluyendo todo lo que es vida en nuestro planeta. Maneras estas de relacionarse que vemos como transformables porque tienen un origen cultural. Intentamos pues propiciar el bienestar que emerge en cuanto vamos desdibujando esas relaciones de dominación, construyendo relaciones armónicas de confianza, de apoyo mutuo, de empatía y compasión. (Cecosesola, 2021a, p. 1)

Finalmente, con la afirmación: «*Construyendo confianza en la diversidad*» (Cecosesola, s/f b), este valor se constituyó en la amalgama de las relaciones entre los sectores de la cadena regional agroproductiva. Una de sus bases es la confianza, al tiempo que se ha configurado una institucionalidad novedosa para el cooperativismo venezolano y hasta mundial – una que construida a lo largo de años, establece claras conductas, pautas y reglas de funcionamiento no formales, en el sentido de no escritas, pero conocidas y compartidas por la totalidad de los trabajadores-asociados–. Sus actores resumen los logros en estos términos:

(...) Actualmente los trabajadores somos asociados junto con las cooperativas integradas. No existen órganos directivos, ni líneas de mando; gestionamos cada espacio en forma descentralizada, sin cargos fijos, rotando las tareas. Y en reuniones conjuntas con miembros de las cooperativas integradas se toman consensualmente las decisiones que tienen que ver con el conjunto. Por ejemplo el precio de los productos que se intercambian dentro de la red, los financiamientos que se otorgan a través del fondo de financiamiento, las políticas de precios de nuestros servicios. Estas reuniones son totalmente abiertas al quien quisiese participar. [...] La energía ya no se desperdicia en la lucha

por posiciones de poder. Ahora que de nuevo Cecosesola ocupa un lugar de mucha relevancia en nuestra ciudad, si alguien quisiese hacerse del poder en ella, no encontraría como, por que el poder se ha ido diluyendo, transformándose en el poder hacer». (Cecosesola, 2021b, p.1).

Esta frase de Teresa Correa (2004) es también elocuente:

(...) Como un compromiso que se disfruta, como parte del proyecto de la familia, como parte del proyecto de la vida porque es esta forma de vida la que se quiere llevar, la que vale la pena vivir. Para mi familia este trabajo es nuestra vida. Por eso no tenemos horas de trabajo, y por otro lado, horas de vida. Tenemos una suerte grandísima. Yo digo que soy una privilegiada por tener, incluso, una remuneración por hacer lo que a mí me gusta. Esto no lo puede decir todo el mundo.

Esta otra, también de la misma entrevistada, a propósito del éxito de las ferias de El Triunfo es precisa en cuanto a algunos otros factores que han coadyuvado a su consolidación:

A través del tiempo, se van encontrando las claves del éxito, porque no están escritas, hay que ir las descubriendo y sistematizando. Por ejemplo, lo de las reuniones, o hechos como que el trabajo no genere privilegios. En el caso de la computación, el que trabaja con la computadora no es un genio, sino que debe entrenar a otros compañeros en el uso de ese equipo para que todos sepan manejarlo. (Correa, 2004)

9. CONCLUSIONES

Si por éxito se entendiese el recortar al máximo la distancia entre lo propuesto y lo logrado, los actores de las ferias lo vienen logrando desde sus inicios al impactar favorablemente los tres sectores (o actores) involucrados en su red. Las Ferias buscan:

- Una **participación** intensa en lo cotidiano por parte de sus trabajadores-asociados: a través de reuniones de planificación y evaluación por equipos, de la comunicación en todas las direcciones, la rotación en las actividades, la disciplina, convivencias, comidas compartidas, fondos de ayuda mutua... Pero también toma de decisiones por consenso sin áreas de exclusión para nadie, como forma de diluir el poder entre

todos y «desdibujar las jerarquías», impulsando una verdadera integración humana de ellos.

- Una **integración** entre los tres sectores: proveedores-ferias-usuarios, gracias a la permanente comunicación y a los acuerdos entre los actores en actividades como la planificación de las cosechas, al respeto de los acuerdos por la palabra empeñada y el tocarse las fibras humanas con el establecimiento de varios fondos y la solidaridad que ellos generan. Resurge el proceso participativo como eje ductor.

- Unos **impactos regionales** de primer orden, que se reflejan en los ámbitos social, organizacional, económico, alimenticio, de clara referencia cooperativa ante las 50.000 familias y los numerosos miembros de las organizaciones proveedoras y usuarias de las ferias. Pero también lo hacen ante el resto de la población regional y del país. Los reconocimientos nacionales e internacionales son evidencias de ello.

De manera entonces que, estando la participación de los trabajadores asociados en la base esencial de las Ferias, no cabe duda de que es en la manera como ellos se organizan y movilizan donde se concentran los factores de éxitos y sin duda alguna la innovación clave de las ferias. Es allí donde comienzan a observarse los cuestionamientos al ordenamiento institucional hasta entonces poseído por Cecosesola y se construye una novedosa institucionalidad

Hoy las ferias pueden ser entendidas como un sistema regional de compra, distribución y venta de víveres y productos hortofrutícolas de calidad, abierto y flexible en lo humano, con valores y principios cooperativos; construido a partir de grupos autónomos unidos por necesidades concretas y criterios comunes, establecidos por consenso, que articulan productores agrícolas preferiblemente organizados en cooperativas, unidades de producción comunitarias y otras organizaciones proveedoras; con usuarios organizados, a quienes ofrece alimentos frescos, precios ponderados justos y transparentes; con

visibles impactos comunitarios; con trato equitativo entre los géneros, e intermediando con criterios de comercio justo.

Observada la organización y funcionamiento de ellas y considerando su especial integración humana, puede afirmarse que no constituyen un sistema de consumo en el sentido tradicional del cooperativismo. Si bien los usuarios son sus destinatarios finales, no son los más activos de la experiencia: el eje central reposa en las relaciones entre proveedores y trabajadores-asociados.

Gracias a la novedosa institucionalidad desarrollada por los compas y a las importantes transferencias socioeconómicas proporcionadas por las ferias a los proveedores, a los trabajadores-asociados y a los usuarios a lo largo de sus procesos, las ferias proporcionan impactos positivos reales, que traducidos en términos éxitos, permiten afirmar los logros señalados *ut supra*. Estos se resumen:

- **En los proveedores:** gracias a una integración real bajo criterios de comercio justo mediante permanente comunicación y acuerdos y acciones solidarias como la planificación de las cosechas, el respeto de los acuerdos por la palabra empeñada y el establecimiento de varios fondos solidarios. Acá existen procesos participativos como ejes ductores que beneficia a los proveedores con: i) la seguridad de un mercado y de precios fijos acordados por lapsos, lo que les permite programar producción y pagos en un marco formativo y de compromiso social; ii) una cultura participativa en la determinación de los precios, la planificación de las cosechas, los cupos, y otros aspectos con la satisfacción de cumplir con una responsabilidad social; y,iii) los fondos como mecanismos de solidaridad e integración humana.

- **En los trabajadores - asociados:** el éxito de las ferias radica en la integración humana entre los trabajadores-asociados con los proveedores y usuarios, en un «tú a tú» de operaciones horizontales, pero también de un claro proceso participativo en lo asociativo y lo operativo, con base en las reuniones de planificación y evaluación por

equipos, comunicación en todas las direcciones, rotación en las actividades, disciplina, convivencias, comidas compartidas, fondos de ayuda mutua. Pero también toma de decisiones por consenso, sin áreas de exclusión para nadie como forma de repartir el poder entre todos y «desdibujar jerarquías». Además, no se debe olvidar que se verifica también una comprobada estabilidad laboral, con anticipos societarios superiores al promedio salarial de la ciudad

- **En los usuarios:** por las entrevistas realizadas, es en este sector donde menos se observa la solidaridad, aunque sí se benefician de la agradable atención de los trabajadores, la puntualidad en los horarios, los precios justos y calidad de los productos. Tan asertiva en cuanto a la necesidad sentida por los impulsores de las ferias fue la puesta en marcha de ella que con el tiempo proveer de víveres y hortalizas frescas a 100.000 familias beneficiarias, el 40% de la población de Barquisimeto, que ha convertido a las ferias en la mayor organización individual proveedora de hortalizas frescas del país.

Del recorrido efectuado a través del artículo pueden extraerse diversos factores de éxito, como el precio ponderado –como el que más ha contribuido–, pero que no es el único. Con esos factores se podría elaborar un continuo que abarcaría los eslabones de la cadena agroproductiva regional, desde la confianza generada entre proveedores y trabajadores-asociados, pasando por el precio ponderado, la disminución de costos de mantenimiento y la consolidación de operaciones con favorables resultados económicos y sociales, hasta la puesta en marcha de un sistema de gestión sobre una cultura participativa y autogestionaria. Esta, con claros rasgos de la identidad cooperativa (Bastidas-Delgado, 2015), concibe a las ferias como institucionalmente centradas en las relaciones diarias que entablan los compas entre ellos, con los proveedores y con los usuarios al entender el trabajo como un proceso formativo cotidiano que trasciende el *Saber y el Hacer* transformando al Ser; es decir, transformándolos en sujetos activos de su propia transformación colectiva.

REFERENCIAS

- Alianza Cooperativa Internacional, ACI. (1995). Declaración sobre la identidad cooperativa. [Anales del] XXXI Congreso de la ACI. Manchester, Reino Unido. Recuperado de <https://www.ica.coop/es/cooperativas/identidad-alianza-cooperativa-internacional>
- Alianza Cooperativa Internacional, ACI. (2013). *Alianza Cooperativa Internacional. Asociación sin ánimo de lucro. Reglamento* (adoptado por la Asamblea General el 11 de abril de 2013). Recuperado de <https://www.ica.coop/sites/default/files/attachments/ICA%20Bylaws%20-%20updated%202013%20-%20Spanish.pdf>
- Amorim, A. (Ed.). (2016). *Economía social y solidaria y cooperación Sur-Sur. Nuevos desafíos y lecciones aprendidas*. Ginebra, Suiza: Organización Internacional del Trabajo.
- Bakaikoa Azurmendi, B., Etxezarreta Etxarri, E. y Morandeira Arca, J. (2013). Regeneración de empresas de la economía social: un reto en el País Vasco. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (112), 151-175.
- Bastidas-Delgado, O. (2007). *La autogestión como innovación en las cooperativas. El caso de las Ferias de Consumo de Lara en Venezuela*. Caracas, Venezuela: Centro de Estudios de la Participación, la Autogestión y el Cooperativismo-CEPAC UCV/Red Universitaria de las Américas en Estudios Cooperativos y Asociacionismo-UNIRCOOP/Econoinvest Casa de Bolsa.
- Bastidas-Delgado, O. (2015). *La identidad como guía de acción de las cooperativas*. Caracas, Venezuela: Oscar Bastidas (Ed). Recuperado de <https://www.amazon.com/identidad-cooperativa-como-acci%C3%93n-spanish/dp/168964110x>
- Bastidas-Delgado, O. (2020). *Cooperativismo, autogestión y territorios solidarios. Un caso de comercio justo: Ferias de Consumo de Lara*. Recuperado de <https://www.amazon.com/cooperativismo-autogesti%C3%93n-territorios-solidarios-comercio-ebook/dp/b071ddl3wf>
- Bastidas-Delgado, O. (17/05/2021). Solidaridad y acto solidario como piedra angular de la economía social que construye solidaridad. *Revista Mundo Actual* (edición digital). Recuperado de <https://www.economiasolidaria.com.ar/solidaridad-y-acto-solidario-como-piedra-angular-de-la-economia-social-que-construye-solidaridad/>
- Cecosesola. (s/f a). *Una invitación al apoyo mutuo*. [Video]. Recuperado en YouTube. https://youtu.be/tW_b9OAmwJM
- Cecosesola. (s/f b). *Cecosesola referente autogestionario para Venezuela y el mundo*. [Video]. Recuperado en YouTube. <https://youtu.be/76o4k7TZ6bQ>
- Cecosesola. (s/f c). *Cecosesola. Pasaje a medio. Orgullo de Barquisimeto*. [CD]. Barquisimeto, Venezuela: Cecosesola.
- Cecosesola. (2000). *Una organización en movimiento*. [Triptico]. Barquisimeto, Venezuela: Cecosesola.
- Cecosesola. (2002a). *Estatuto de la Central Cooperativa de Servicios de Lara*. Barquisimeto, Venezuela: Cecosesola.
- Cecosesola. (2002b). *Buscando una convivencia armónica* [Mimeografiado]. Barquisimeto, Venezuela: Escuela Cooperativa Rosario Arjona Cecosesola. (2018). *Reinventándonos*. [Video]. Recuperado en YouTube. <https://youtu.be/zzwU1PxCi8>
- Cecosesola. (2021a). *Otro mundo es posible*. Barquisimeto, Venezuela: Cecosesola. Recuperado de <https://cecosesola.org/wp-content/uploads/2021/08/Cecosesola-Otro-Mundo-Posible-.pdf>
- Cecosesola. (2021b). *Así de simple, así de complejo. Del poder sobre al poder hacer*. Barquisimeto. Inédito, Pdf. Barquisimeto. Venezuela.
- Centro Gumilla-Cecosesola. (2018). *Balance Cincuentenario: Impactos de Cecosesola en la sociedad lareense*. [Presentación en MS-PowerPoint]. Barquisimeto, Venezuela: Cecosesola. Recuperado de
- Correa, T. (s/f). *Cuando el consumo es una feria: Ferias de Consumo de Barquisimeto / Entrevistada por Venezuela Competitiva*. Caracas, Venezuela: [ONG] Venezuela Competitiva/Centro Nacional para la Competitividad.

- Cracogna, D. (2013). *El acto cooperativo y la defensa del consumidor*. Bahía Blanca, Argentina: Universidad Nacional del Sur, Dpto. de Ciencias Administrativas.
- Dahl-Østergaard, T., Moore, D., Ramírez, V., Wenner, M. y Bonde, A. (2003). *Desarrollo rural de autogestión comunitaria. ¿Qué hemos aprendido?* Washington, D.C., EE.UU.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Dávila Ladrón de Guevara, R., Bastidas-Delgado, O. y Fajardo-Rojas, M. A. (2005). *Éxito e innovación en la gestión: las cooperativas como agentes del desarrollo local*. Bogotá: Red Unircoop/ Colombia Pontificia Universidad Javeriana/ Unisangil/Unircoop.
- Delcoop. (s/f). *Generar procesos de desarrollo económico local mediante cooperativas. El rol de las cooperativas en el territorio*. Ginebra, Suiza: Delcoop.
- Dockendorff, C. (1993). *La solidaridad: la construcción de un anhelo*. Santiago, Chile: Unicef Internacional-Mideplan-Fosis.
- Desroche, H. (1976). *Le projet coopératif*. Paris, Francia: Les Editions Ouvrières, éditions Économie et Humanisme.
- Freitez, N. (2007). *El cooperativismo en el Estado Lara, Venezuela, en los años de 1960: Promoción religiosa y crisis política*. *Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social*, 7(13), 76-104. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/622/62271305.pdf>
- Gómez, L. (1998). *Las ferias de consumo familiar del estado Lara, Venezuela: una experiencia de organización participativa*. Caracas, Venezuela: BID [Informe para la División de Estado y Sociedad Civil del Banco Interamericano de Desarrollo].
- Hintze, S. (2010). *La política es un arma cargada de futuro: economía social y solidaria en Brasil y Venezuela*. Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Instituto Nacional de Estadísticas, INE. (10 de enero de 2008). *Síntesis estadística estatal 2007*. Estado Lara. Caracas, Venezuela: INE.
- Instituto Nacional de Estadísticas, INE. (2011). *Población total, según entidad federal al 30 de Junio, 2000-2015, (base Censo, 2001)*. Caracas, Venezuela: INE. Recuperado de <http://www.ine.gov.ve/documentos/Demografia/SituacionDinamica/Proyecciones/html/PoblacionEntFed.html>
- Kliksberg, B. (1998). *Seis tesis no convencionales sobre participación*. *Instituciones y Desarrollo*, 2, 131-169. Recuperado de http://cmap.upb.edu.co/rid=1195260069828_1757975637_934/Seis_Tesis_Klisberg%20de%20la%20participaci%C3%83%C2%B3n.pdf
- Kliksberg, B. (1999). *El rol del capital social y de la cultura en el proceso de desarrollo*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 4(9), 11-50. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/a5ba/078242454ccdfb35bd36d8c167c91d298217.pdf>
- Navarro, J. C. (1994). *Community Organizations in Latin America*. Washington D.C., EE.UU.: Inter-American Development Bank. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Community-Organizations-in-Latin-America.pdf>
- Pozo Block, J. F. (2005). *La destrucción de la yugoslavidad: una introducción*. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 47(194), 79-100. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182005000200079&lng=es&tlng=es
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2001). *Decreto N° 1.440 de fecha 30 de agosto de 2001, con Fuerza de Ley de Reforma Parcial de la Ley Especial de Asociaciones Cooperativas*. Gaceta Oficial N° 37.285, de fecha 18/09/2001.
- Roelants, B., Hyungsik, E. y Terrasi, E. (9 de octubre de 2014). *Cooperativas y empleo: un informe mundial*. Bruselas, Bélgica: CICOPIA-International Organisation of Industrial and Service Cooperatives/Desjardins. Recuperado de <http://www.relat.org/documentos/ESS.CICOPIA2.pdf>

ENTREVISTAS

Ugalde, T. (16 de abril de 2004). *Entrevista virtual [trabajador-asociado]*. Barquisimeto, Venezuela.

Carusí, D. y Suárez, E. (15 de abril de 2004). *Entrevista en equipo*. Barquisimeto, Venezuela.

Correa, T. (15 de abril de 2004). *Entrevista personal [trabajadora-asociada]*. Barquisimeto, Venezuela.

Salas, G. (15 de abril de 2004). *Entrevista personal [trabajador-asociado]*. Barquisimeto, Venezuela.

Salas, G. (14 de septiembre de 2021). *Entrevista virtual* [trabajador-asociado]. Barquisimeto, Venezuela.

Salas, G. (15 de septiembre de 2021). *Entrevista virtual* [trabajador-asociado]. Barquisimeto, Venezuela.