**¿Qué es La Pirka?**

**La Pirka** es un Colectivo de Organizaciones del campo popular que partiendo de experiencias vinculadas a la Economía Social y Solidaria nos propusimos la búsqueda de alternativas para la producción, la comercialización y el consumo.

En **La Pirka** creemos que es posible soñar una nueva economía, buscando estrategias en conjunto para caminar hacia el Buen Vivir.

Creemos que el desafío está en comprender que productores y consumidores somos partes iguales de esta tarea, buscando alejarnos de antiguas lógicas de acumulación y competencia, para darnos la oportunidad de generar una nueva manera de atender nuestras necesidades, en un marco de solidaridad y responsabilidad, crítico de los modelos concentrados y consumistas.

Es en el valor de la solidaridad donde la economía vuelve a encontrar su nombre –social- , retornando a las personas, al trabajo digno y libre de cualquier tipo de explotación, a nuestra soberanía sobre los alimentos, al cuidado de las identidades culturales, al vínculo respetuoso con la naturaleza, a la construcción de un mundo sentipensante; en definitiva a la organización social fraterna y comunitaria.

Tenemos la convicción de que la construcción de poder popular es la herramienta para la transformación de nuestras condiciones de vida y privilegiamos a los sectores populares como sujeto de nuestra acción.

**La Pirka** es, en la tradición de nuestros pueblos originarios, una pared de piedras utilizada para la organización de la vida comunitaria pero también, en momentos de resistencia, dispuesta como trinchera. Se levanta encastrando una piedra con otra, a pesar de la diversidad de sus formas, y su fortaleza surge de la articulación de las piedras entre sí. Con esa filosofía vamos armando esta **Pirka**, que está en permanente construcción.

**¿CUAL ES EL MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA PIRKA?**

En **La Pirka** creemos en un modelo de comercialización asociada, que entendemos puede mejorar la calidad de vida de los productores e incrementar su capacidad de producción y comercialización.

Desde La Pirka proponemos romper con la lógica fuertemente individualista que impone el modelo hegemónico de organización social.

Creemos que asociarse tanto para la producción como para la comercialización del producto de nuestro trabajo, nos fortalece humanamente, generándose nuevos lazos sociales integradores y también nos favorece estratégicamente, presentándonos en forma consecuente con aquello en que creemos: que los productos y el intercambio nunca pueden estar por delante de las personas.

Sabemos que el mercado concentrado ha legitimado muchas lógicas: desde el modo de funcionamiento de los grandes centros comerciales hasta la estética que proponen. Cuando vamos al supermercado, por ejemplo, los alimentos, no se encuentran junto a los artículos de limpieza. Si buscamos harina…vamos a encontrar todas las marcas juntas, y de hecho probablemente al lado o muy cerca, encontremos todos los elementos que sean necesarios para hacer una torta, como la esencia de vainilla y las coberturas de chocolate. ¿Esto es casual?... ¿Alguien duda de cómo manejarse dentro de un supermercado? ¿Cómo pagar, cómo transportar los objetos, por dónde circular…?. Está todo establecido, naturalizado, y nos manejamos como pez en el agua por estos espacios.

Sin embargo, cuando visitamos una feria, se nos presenta un todo fragmentado, una multiplicidad de individualidades que nos ofrecen muchas veces lo mismo, o productos afines, pero uno en cada punta del predio. Cuando compramos en la feria solemos hacerlo sin planificar, porque uno de los problemas de la economía social y solidaria es mantener la continuidad y acceso a los productos que ofrece: por supuesto que la lógica de producción es mucho más racional que en el mercado capitalista (donde con tal de asegurar el consumo, se produce para vender y no para cubrir necesidades) pero esto a veces supone una desventaja.

Presentar los productos en forma integrada, puede ser una estrategia para mostrar que nuestra producción puede satisfacer necesidades en forma tan legítima como la que se vende en cualquier otro espacio, pero con el agregado de las relaciones sociales que se dan entre productores y consumidores y de los valores con que esa producción se lleva adelante (sin ningún tipo de explotación, con responsabilidad social y ambiental). Buscamos una propuesta superadora que sea estratégica para poder reforzar nuestro trabajo, hacerlo valer y enriquecer nuestra práctica cotidiana.

**Propuesta de organización de los productores de La Pirka.**

Para organizar el momento de comercialización, de modo que sea más fácil distribuirnos en el espacio y presentar los productos combinándolos para mejorar su visibilidad y favorecer las tareas a realizar durante el día proponemos la organización de los productos por rubros de acuerdo a la afinidad de los mismos.

1. ***Los Rubros***

* Cada producción tendrá asignado un rubro al que pertenece y servirá para ordenar la disposición de los productos en el momento del armado del espacio de comercialización del colectivo.
* Al momento de incorporarse al colectivo, cada trabajador será identificado dentro de un rubro junto con otros compañeros, con los cuales trabajará en conjunto. En caso de que una misma persona tuviera productos que pertenezcan a distintos rubros, deberá distribuirlos de manera acorde.

*Ejemplo: Si un productor realiza* ***Productos de uso personal*** *y a su vez* ***Alimentos*** *por más que pertenezcan a un mismo productor deben exponerse junto a productos similares. Se respetará el sector que le corresponde a cada producto según su rubro.*

* Es objetivo del Colectivo La Pirka que en cada rubro se trabaje en equipo. Será el espacio para proponer iniciativas y fortalecernos junto con quienes tienen producciones similares entre sí, promoviendo la utilización del mismo tipo de embalajes, la compra colectiva de insumos, la elaboración de productos en forma conjunta, etc..
* Mantenernos informados sobre las características, modos de producción y precios de los productos de cada compañero, al menos al interior de cada rubro, es una forma de cooperar a los fines de poder vender sus productos en caso de ausencia o necesidad de ayuda.
* Dentro del grupo se repartirán tareas como llevar planillas, colaborar con el etiquetado, trasladar puestos o estructuras, llevar adelante la caja del día, registro y sistematización de las ventas feria a feria, y demás tareas administrativas y de registro.

1. **El Puesto compartido.**

*El puesto compartido busca lograr una estética menos fragmentada dentro de los espacios de comercialización, permitiendo acceder a los consumidores de manera sencilla a la variedad de productos que ofrece nuestro colectivo y apostando a una identidad en común a la hora de la comercialización.*

* Dentro de cada rubro se buscará respetar una estética conjunta, que a la vez permita resaltar las cualidades de cada producto, sin alterar la imagen de conjunto.
* Cada productor acomodará su producción de manera colaborativa, respetando y consensuando los espacios con el resto de sus compañeros de rubro.
* Es compromiso de todos el armado y desarmado de cada *puesto o gazebo.*

1. **La Caja Única**

*Es objetivo del colectivo trabajar en un sistema de comercialización integrado, fortaleciéndonos humanamente, generando nuevos lazos sociales, comprendiendo que la confianza en el otro es una herramienta indispensable para la construcción de una Economía Social y Solidaria que privilegie a la persona por encima de los productos y su intercambio.*

* Todos los productos que comercializa nuestro Colectivo se abonan en una “Caja única” que será encargada de cobrar por cada artículo que se despache.
* A tales fines habrá disponibles talonarios de tickets de caja para cada rubro. Estos tickets tienen dos cuerpos iguales y numerados.
* Cada productor al momento de comercializar su producto debe completar un ticket de caja –en ambos cuerpos- en el que identifica el nombre del productor y el precio de la compra.
* El consumidor pasa por la Caja con ese ticket y abona la compra.
* El Cajero retiene para sí uno de los cuerpos del ticket y devuelve el otro sellado al consumidor.
* Con el 2º cuerpo sellado, el consumidor vuelve con el productor a retirar su compra y entrega a cambio el ticket sellado.
* El productor almacena sus tickets sellados que le servirán de control de sus ventas al momento de la rendición de la Caja.
* Serán tareas de quienes se ocupen de la Caja:
* Cobrar a los consumidores.
* Conservar y clasificar por rubros los tickets de venta (en un pinche para cada rubro).
* Hacer la rendición de su turno de Caja consistente en:

1. Contar el dinero cobrado que debe ser coincidente con el importe total de los tickets cobrados.
2. Preparar la planilla de rendición para cada productor de las ventas efectuadas durante su turno de Caja.

Para ello deberá sumar los tickets de cada productor, efectuar los descuentos que correspondan sobre el total vendido y luego determinar el saldo a rendir al productor.

A fin de solventar los gastos Colectivos cada productor aporta un 5 % de sus ventas, que le son descontados directamente al momento de rendir la Caja.

1. Rendir el saldo a cada productor.

Se entregará a cada productor al finalizar la jornada un adelanto de su facturación, dejando un pequeño saldo a rendir el día de la reunión de La Pirka para facilitar el correcto cierre de caja.

El día de la reunión donde se rendirá la facturación de cada productor, estarán disponibles para el control del productor todos los tickets de Caja.

1. Entregar a la tesorera de La Pirka los importes descontados.

**¿Por qué un sistema de comercialización asociada?**

La comercialización asociada se fundamenta en la exposición y venta integrada de los productos de varios productores en el mismo espacio físico. Es valiosa para los productores participantes y es superadora de las limitaciones que les imponen las alternativas de comercialización individual o plurindividual.

**Beneficios para el productor/comercializador**: Partiendo de la premisa de que la relación directa entre el productor y el consumidor es uno de las ideas centrales de la Economía Social, entendemos que una participación asociada en la etapa de comercialización nos permitiría mejorar la calidad de utilización del tiempo por parte de los productores sin perder ese vínculo directo con los consumidores. Esto permitiría entre otras cosas:

a) Sostener diversos espacios de comercialización simultáneamente;

b) Mejorar la relación entre tiempo invertido en la comercialización con tiempo invertido en la producción y/o en el ocio, la vida familiar y de relación;

c) Resolver situaciones de ausencia –y consecuentemente de falta de ingresos-, accidentales como en casos de enfermedad, viaje, etc. o más prolongadas como en el caso de las personas privadas de su libertad;

d) Atender picos de demanda ocasionales, sin desatender espacios de comercialización permanentes o más regulares.

**La profundización de los lazos organizativos**: Avanzar en un proceso asociativo de comercialización, en el cual la presencia permanente del productor comercializando su producto sea corrida del eje implica fundamentalmente la construcción de un proceso organizativo superador de las sumas de individualidades. Este proceso sólo puede avanzar firmemente sobre la base de la construcción de un otro (que es la propia organización de los productores) en el cuál todos depositan por igual sus confianzas, compartiendo metas, valores e intereses. Sin un sólido sistema de confianza, construido en base a trabajo organizativo y a relaciones sociales atravesadas por valores de verdad y justicia, no sería promisorio el futuro de un sistema de comercialización asociada. Desde el espacio de lo simbólico, la salida de los tradicionales puestos individuales de feria, hacia un espacio único e integrado, refuerza el compromiso con el proyecto colectivo.

**La construcción de tramas de valor o entramados productivos hacia el interior del Colectivo**: Fundamentalmente vinculado al acceso a una información de calidad que permita repensar la relación entre oferta y demanda de productos.

En los últimos tiempos el Colectivo La Pirka viene desarrollando un proceso de integración productiva, pero en situaciones ocasionales y originadas en demandas recibidas por algún productor que generan acuerdos de colaboración circunstanciales; como cuando varios productores de alimentos se asocian para abastecer una demanda o cuando cualquier productor recibe un pedido muy grande y se asocia con otros para el aporte de algunos accesorios. Es un camino traccionado desde la demanda, pero que en un proceso de integración en la etapa de comercialización podría encontrar allanados otros recorridos para la integración en entramados productivos.

**La mejora en las condiciones materiales de comercialización**: La integración de los productos ofertados por varios productores mejora sus condiciones de exposición entregando una imagen de cantidad y variedad que resulta atractiva para los consumidores. Esto puede ser un argumento de mayores ventas para aquellos productores que tienen capacidad de producir volúmenes importantes de productos, pero se vuelve un argumento de subsistencia para aquellos productores nuevos, o con poca capacidad inicial de inversión o producción y que llegan a una feria con algunos pocos productos y que su distribución espaciosa en un espacio individual desfavorece su apreciación por los consumidores.