

Asociación Argentina de Economía Agraria

COMUNICACIÓN B

CANALES CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN: CONSTRUCCIÓN DE REDES PARA EL DESARROLLO LOCAL

Octubre 2021

María Laura Cendón¹
cendon.maria@inta.gob.ar

María Victoria Lacaze²
mvlacaze@mdp.edu.ar

¹Área de Economía y Sociología Rural INTA EEA Balcarce y Facultad de Humanidades-Universidad Nacional de Mar del Plata. Ruta 226 Km. 73.5, Balcarce.

² Facultad de Ciencias Económicas y Sociales-Universidad Nacional de Mar del Plata. Funes 3250, Mar del Plata.

Canales cortos de comercialización: construcción de redes para el desarrollo local

Resumen

El sistema agroalimentario está caracterizado por un modelo dominante de producción, elaboración, distribución y consumo de alimentos que se encuentra en crisis, cuya aplicación ha provocado un proceso de integración, estandarización y masificación de la elaboración, la distribución y el consumo de alimentos a escala global.

Esta lógica imperante a escala global y transnacional no ha impedido que, en los últimos años, hayan surgido otras lógicas de producción, intercambio y consumo de alimentos, en las cuales la cercanía entre productores y consumidores recobra un papel central. En consecuencia, se han fortalecido los lazos entre quienes elaboran alimentos y quienes con ellos se alimentan, revalorizando entonces la producción de alimentos “más naturales”, “más locales”, “más saludables”.

La presente comunicación sintetiza un proyecto de investigación en ejecución, aprobado y financiado por la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, Convocatoria 2019. El objetivo general es analizar canales cortos de comercialización de alimentos en ciudades del sudeste bonaerense y cuantificar su impacto en la generación de valor agregado económico y social. La estrategia metodológica se basará en el desarrollo de entrevistas y encuestas, aplicación de técnicas de análisis de datos cualitativas y cuantitativas y, en particular, metodología de análisis de redes sociales.

Palabras clave

Alimentos, Calidad, Sudeste bonaerense, Innovación, Soberanía alimentaria.

1. Introducción

En la actualidad, el sistema agroalimentario global se caracteriza por la integración, concentración y masificación de la elaboración, distribución y consumo de alimentos que resultan, a la vez, estandarizados y diferenciados, lo que ha sido posible por la proliferación de estándares y protocolos de calidad (Henson y Humphrey, 2010). Este modelo productivo, que resulta dominante a nivel global, evidencia notables rasgos de crisis, por lo que su sostenibilidad está en riesgo (Wilkinson, 2019). A nivel ambiental, se ha dado cuenta de procesos de degradación de suelos y contaminación de agua y aire. La población presenta diversos problemas de salud, vinculados a una alimentación inadecuada, tanto por exceso como por insuficiencia de nutrientes. Otros fenómenos, vinculados con la supervivencia de comunidades rurales, la generación de puestos de trabajo decente, la equidad de ingresos y de género evidencian los riesgos de seguridad y soberanía alimentaria que atraviesan numerosos países (Gorban et al., 2011).

Frente a estas problemáticas, surgen los denominados circuitos o canales cortos. Se trata de redes alimentarias alternativas donde existe proximidad geográfica, en las que adquiere relevancia la elaboración de los alimentos y su procedencia (Goodman y Goodman, 2009; Le Velly et al., 2015). Se encuentran organizados en torno a procesos de construcción colectiva de conocimiento, de generación de trabajo y de alternativas de ocupación frente al desempleo. En su mayor parte, constituyen redes informales, por lo que no existen registros sistemáticos que permitan dar cuenta de su existencia, evolución o contribución a la economía local o regional.

Este tipo de experiencias ofrecen beneficios para los actores que participan. Los productores pueden aumentar su poder de negociación, segmentar el mercado al que abastecen, apoyarse mutuamente y crear nuevos espacios de comercialización. Los consumidores pueden adquirir productos locales, a precios justos, de una calidad particular y desarrollar relaciones de proximidad con los productores. Ambos se benefician con el fortalecimiento de sus vínculos, lo cual genera mayor bienestar (Brunori et al., 2011).

El desarrollo de los canales cortos se observa principalmente en Europa y Estados Unidos. Para América Latina y el Caribe, apenas constituyen una tendencia emergente (CEPAL, 2014). En Argentina, los casos más estudiados se ubican en la región metropolitana de Buenos Aires. Se asocian a ferias de productores, estrategias de comercialización de la agricultura familiar, en muchos casos asociados a experiencias agroecológicas. En el sudeste bonaerense, también los casos estudiados guardan fuerte relación con el desarrollo de la agroecología y sus canales de

venta (Galleotti, 2019; Viteri et al., 2019), las innovaciones comerciales (Cendón et al., 2017) y el rol de las TIC (Santini y Ghezan, 2019).

El objetivo del proyecto es analizar canales cortos de comercialización de alimentos en ciudades del sudeste bonaerense y cuantificar su impacto en la generación de valor agregado económico y social. La investigación contribuirá al fortalecimiento de las tramas regionales y locales de producción, distribución y consumo de alimentos -protagonizadas por emprendimientos socioproductivos y autogestivos, tales como ferias agroecológicas, ferias de la economía social y solidaria, tiendas saludables y grupos de venta en redes sociales, compra estatal- para promover su sostenibilidad mediante el fortalecimiento y desarrollo de redes locales inclusivas.

La propuesta generará y sistematizará información primaria, referida a la existencia, evolución y vinculación de los emprendimientos socioproductivos existentes, para contribuir a la elaboración de un padrón regional, cuya existencia permitiría generar espacios para la discusión de políticas públicas destinadas al fortalecimiento sectorial, incluyendo la elaboración de normativas innovadoras e inclusivas.

2. Metodología

La investigación procura verificar que la sostenibilidad y la expansión de los canales cortos de comercialización de alimentos dependen de la consolidación de relaciones de confianza, el desarrollo de programas públicos -que, desde el Estado, acompañen o valoricen estos canales-, la presencia de consumidores conscientes, la existencia de normativas adaptadas a esta escala productiva y la existencia de actores que se desempeñan en el sector de ciencia, tecnología, control y asistencia (INTA, Universidad, INTI, SENASA), como así también organizaciones de productores, que permitan dinamizar, acompañar y negociar la permanencia de estas redes alimentarias alternativas.

La metodología del proyecto incluye la realización de entrevistas a informantes claves, relevamientos en ferias agroecológicas, ferias de la economía social y solidaria y tiendas saludables. También se efectuarán búsquedas en páginas web, perfiles redes sociales y plataformas de comercio electrónico, pues la sostenibilidad de los emprendimientos requiere no sólo de condiciones del entorno y económicas para su éxito, sino que demanda un capital cultural desarrollado en base a negociación de significados, valores compartidos y construcción

de conocimiento relacional, situado y experiencial a los efectos de potenciar una mayor inclusión.

El estudio contribuirá a la caracterización y valorización de un sector productivo escasamente observado por las metodologías tradicionales de estimación de agregados macroeconómicos; situación explicada en gran medida por su alto nivel de informalidad. Para ello adquiere relevancia la necesidad de cuantificar no sólo el valor económico, sino de realizar avances hacia la consideración del valor agregado social (Porta et al., 2018; Santarcángelo et al., 2017; Bernhardt y Milberg, 2011). La visibilización lograda, una vez caracterizado y valorizado, permitiría generar espacios para la discusión de políticas públicas destinadas al fortalecimiento sectorial, incluyendo la elaboración de normativas innovadoras e inclusivas.

Los objetivos específicos del proyecto son:

Objetivo 1: Identificar y caracterizar canales cortos de comercialización de alimentos en ciudades del sudeste bonaerense (Mar del Plata, Balcarce, Tandil y Miramar).

Objetivo 2: Analizar los marcos normativos y esquemas regulatorios vigentes, a nivel nacional y subnacional, referidos al acceso a los alimentos y a las garantías de calidad en la elaboración y comercialización de alimentos a pequeña escala.

Objetivo 3: Cuantificar la contribución de los canales cortos de comercialización a la generación de valor agregado económico y social.

Objetivo 4: Analizar las limitaciones y posibilidades de desarrollo de los canales cortos de comercialización de alimentos.

3. Resultados preliminares

El grupo de trabajo es un equipo de trabajo de reciente formación, cuya conformación se contextualiza en el marco de proyectos en ejecución (PI3cET 2019-2020) y recientemente finalizados (Proyecto Universidades Agregando Valor SPU 2019). Estos proyectos constituyen oportunidades de trabajo transdisciplinar; en un caso, estudiando la sostenibilidad del cinturón frutihortícola del Partido de General Pueyrredon. En el otro, promoviendo la valorización de la producción de kiwi del sudeste de la provincia de Buenos Aires.

Los resultados preliminares del grupo de trabajo incluyen el estudio de las trayectorias tecnológicas y las estrategias innovadoras en distintos subsectores alimentarios (Ghezán et al.,

2006) y en el marco de las interrelaciones entre dichas firmas y el Sistema de Innovación (Mateos et al., 2006). Seguidamente, los estudios que abordan las características de acuerdos interempresariales según el tamaño de las firmas involucradas en la vinculación, el objetivo del acuerdo y el número de actores involucrados (Cendón et al. 2007). Más recientemente, se han estudiado las formas innovadoras de producción y comercialización de agricultores frutihortícolas y su contribución a la generación de territorios sustentables (Viteri et al., 2019).

La cuestión de calidad se estudia por un lado como resguardo de la inocuidad de los alimentos y por otro como estrategia de diferenciación, agregado de valor y desarrollo territorial (Cendón, Unger, 2009; Ghezán et al., 2010a); exigencias y normas de calidad en cadenas globales (Ghezán et al., 2010b), el proceso de construcción de normas de calidad y agregado de valor y las indicaciones geográficas. Los procesos de comercialización-consumo se han enfocado a productos hortícolas, analizando los mercados mayoristas y las potencialidades de estos productos en cuanto a la diversificación de la dieta de los consumidores.

En la línea de estudio de la economía del consumidor, se ha estudiado la aparición en el mercado de productos novedosos, más saludables, ambientalmente amigables, como es el caso de los alimentos orgánicos (Rodríguez et al., 2008, 2009) y los que son producidas con técnicas de bajo impacto ambiental, como protocolos de manejo integrado de plagas (Lacaze, 2011, 2014). También incluyen la evaluación de la factibilidad, desde la óptica del consumidor, de implementar sellos de calidad que permitan resolver asimetrías informativas respecto de la provisión de atributos de calidad no observables ni verificables, pero respecto de los cuales, a través de estos esquemas de certificación, se podría brindar trazabilidad (Lacaze, 2009; González y Lacaze, 2012).

Finalmente, existe una vasta experiencia en la estimación de agregados macroeconómicos a nivel regional y local, como a análisis de insumo-producto, caracterización de perfiles productivos para distintos sectores y ramas de actividad económica y análisis de sus entornos jurídicos (Belderrain et al., 2017; Roveretti et al., 2016; Lacaze et al., 2017, 2014; Atucha et al., 2012; Lacaze y Atucha, 2011).

Estos antecedentes y resultados preliminares ponen de manifiesto la trascendencia de las problemáticas, la importancia en la agenda política y del sector de investigación y extensión. A partir de ellos se pretende trabajar colaborativamente en este Proyecto, para abordar un área de vacancia referido a la elaboración de alimentos a pequeña escala y sus formas de

comercialización y valorización, tema clave para contribuir a un sector de la economía invisibilizado.

4. Referencias bibliográficas

- Atucha, A.J., Errazti, E., Lacaze, M.V., Labrunée, M.E., López, M.T., Volpato G. 2012. La estructura productiva del Partido de General Pueyrredon. *FACES*, 18(38-39), 57-81. ISSN 0328-4050
- Belderrain, M., Atucha, A.J., Lacaze, M.V. 2017. El contrato de trabajo en la horticultura: el caso del Partido de General Pueyrredon. I Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de Mar del Plata, 30-31 marzo 2017. ISBN 978-987-544-755-4.
- Bernhardt, T., Milberg W. 2011. Does economic upgrading generate social upgrading? Insights from the horticulture, apparel, mobile phones and tourism sectors. Capturing the Gains Working Paper 2011/7, Brooks World Poverty Institute, University of Manchester.
- Brunori, G.; Rossi A.; Guidi F. 2011. On the New Social Relations around and beyond Food. Analysing Consumers' Role and Action in Gruppi di Acquisto Solidale (Solidarity Purchasing Groups) *Sociologia Ruralis*, 52 (1), 1-30.
- Cendón, M.L., Aranguren, C., Viteri, M.L., López, M. 2017. Múltiples Alternativas Hortícolas en Mar del Plata. Una aproximación a su análisis" X Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales Argentinos y Latinoamericanos, FCE UBA, Buenos Aires.
- Cendón, M.L., Bruno, M. 2018. Indicaciones Geográficas en Argentina: Aportes Metodológicos para el Estudio de sus Potencialidades y Limitantes. *RIVAR* 5 (14): 106- 127 ISSN 0719-4994
- Cendón, M.L.; Ghezán, G.; Mateos, M. 2007. "Transformaciones en la Distribución de Alimentos: El Caso de las Marcas Propias". XXXVIII Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria. Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.
- Cendón, M.L.; Sanz-Cañada, J.; Lucena, D. 2017 "Redes de Innovación y Colaboración en el Sistema Agroalimentario de Aceite de Oliva de Sierra Magina (Andalucía, España) En: Rivera, M y Tolentino-Martínez, J. (Coordinadoras) CONACYT RED SIAL YOD "Gobernanza Territorial y Sistemas Agroalimentarios Localizados en la nueva ruralidad" ISBN 978- 607-97519-0-6. pp: 38-46
- Cendón, M.L., Unger, N. 2009. La Diversidad de Practicas de Calidad en la Industria Frigorífica de la Provincia de Buenos Aires. VI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires.
- CEPAL, 2014. Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Serie Seminarios y Conferencias N° 77. 110 p.
- Galeotti, P. 2019 Bolsones agroecológicos y su contribución a la equidad, inclusión y sostenibilidad en el Partido de General Pueyrredon, Sudeste de la Provincia de Buenos Aires. VII Congreso Nacional de Geografía de Universidades Públicas y XXI Jornadas de Investigación y Enseñanza en Geografía, 9-11 de Octubre, La Plata.
- Ghezán, G.; Cendón, M.L.; Benes, G. 2010a. Estrategias empresariales de la industria frigorífica en provincias seleccionadas. Provincia de Buenos Aires. En: Iglesias, D ; Ghezán G (Editores) Análisis de la a cadena de la carne bovina en Argentina. ISSN 1852-4605 N° 5. INTA. Pp: 171-180.
- Ghezán, G.; Cendón, M.L.; Castro, M. 2010b. La Cadena Global del Limón: Su dinámica y formas de coordinación en torno a las exigencias de calidad. XLI Reunión Anual de Economía Agraria. Potrero de los Funes, San Luis.
- Ghezán, G.; Cendón, M.L.; Viteri, M.L. 2006. Comportamiento Innovativo de la Industria de Chacinados y Salazones. En: Ghezán, G.; Acuña, A. y Mateos, M. (2006) "Estrategia y Dinámica de la Innovación en la Industria Alimentaria Argentina". Astralib Cooperativa Editora. (Págs. 225-247). ISBN 987-1214-04-9
- González, J., Lacaze, M.V. 2012. Preferences, market structure, and welfare evaluations in the Argentinean FFP industry: a case in Buenos Aires Province. *Agribusiness*, 28(3), 341-360.
- Goodman, D.; Goodman, M. Alternative Food Networks; Kitchin, R., Thrift, N., Eds.; International Encyclopedia of Human Geography; Elsevier: Amsterdam, The Netherlands, 2009.
- Gorban, M.; Carballo, C.; Paiva, M.; Abajo, V.; Filardi, M y otros. 2011 Seguridad y Soberanía Alimentaria. Colección Cuadernos. 192 p.
- Henson, S., y Humphrey, J. 2010. Understanding the Complexities of Private Standards in Global Agri-food Chains as They Impact Developing Countries. *Journal of Development Studies*, 46(9), 1628-1646.
- Lacaze, M.V. 2009. Cambios en el bienestar de los consumidores argentinos tras la adopción de políticas de etiquetado de alimentos. 21 IPSA World Congress of Political Science, Santiago [CHL], July 12-16, 2009.

- Lacaze, MV. 2011. Las regulaciones sobre la calidad de los alimentos en Argentina. Desafíos de política pública y derechos de los consumidores. Saarbrücken: Editorial Académica Española. ISBN 978-3-8443-3941-3
- Lacaze, MV. 2014. Valoración contingente de hortalizas frescas obtenidas bajo manejo integrado de plagas: El caso de la papa (patata) en Argentina. ITEA-Información Técnica Económica Agraria, 110(1), 102-118. ISSN 1699-6887. <https://doi.org/10.12706/itea.2014.007>
- Lacaze, MV., Atucha, AJ. 2011. Resultados económicos de la producción hortícola marplatense: un análisis para productos convencionales en el período 2000-2010. VII Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales, 1-4 noviembre 2011.
- Lacaze, MV., Atucha, AJ., Adlercreutz, E. 2017. Valor agregado de los cultivos hortícolas tradicionales de General Pueyrredon, Argentina, en el período 1993-2010. Agroalimentaria, 23(44), 133-151. ISSN 1316-0354
- Lacaze, MV., Atucha, AJ., Bertolotti, MI., Gualdoni, P., Labrunée, ME., López, MT., Pagani, A., y Volpato, G. 2014. Producto Bruto Geográfico del Partido de General Pueyrredon, 2004-2012. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. ISBN 978-987-544-610-6
- Le Velly, R.; Dufeu, I. Alternative food networks as “market agencements”: Exploring their multiple hybridities. *J. Rural Stud.* 2015, 43, 173–182.
- Mateos, M; Cendón, ML y Viteri, ML (2006) “Redes Locales de Innovación en el Sistema Agroalimentario. El caso de Mar del Plata y Balcarce.” En: Ghezán, G.; Acuña, A. y Mateos, M. (2006) “Estrategia y Dinámica de la Innovación en la Industria Alimentaria Argentina”. Astralib Cooperativa Editora. (Págs. 301-317). ISBN 987-1214-04-9
- Porta, F; Santarcángelo, J Schteingart, D (2018) Cadenas Globales de Valor y Desarrollo Económico. *Revista Economía y Desafíos del Desarrollo.* Vol. 1, N° 1. Buenos Aires.
- Rodríguez, E., Lacaze, MV., Lupín, B. 2008. Contingent valuation of consumers' willingness-to-pay for organic food in Argentina. 12 Congress of the European Association of Agricultural Economists, Ghent [BEL], August 26-29, 2008.
- Rodríguez, E., Lacaze, MV., Lupín, B. 2009. Willingness to pay for organic food in Argentina: evidence from a consumer survey. In Canavari, Maurizio; Cantore, Nicola; Castellini, Alessandra; Pignatti, Erika y Spadoni, Roberta, (Eds.), *International marketing and trade of quality food products* (pp. 297-314). Netherlands: Wageningen Academic Publishers. ISBN 978-90-8686-089-0
- Roveretti, M., Atucha, AJ., Lacaze, MV., Fulponi, J. 2016. Estrategias productivas y resultados económicos en la horticultura marplatense entre 1993-2012: un análisis de insumo-producto. *FACES*, 22(46), 9-27. ISSN 0328-4050
- Santarcángelo, J; Schteingart, D; Porta, F (2017) Cadenas Globales de Valor: una mirada crítica a una nueva forma de pensar el desarrollo. *Cuadernos de Economía Crítica* N°7. Buenos Aires.
- Santini, S; Ghezan, G. 2019. Uso y resignificación de las TIC en una red de comercio electrónico de alimentos agroecológicos. II Jornadas de Sociología de la UNMdP, Mar del Plata.
- Viteri, ML.; Barrientos, ME; Cendón, ML; López, M. Quinteros, G. 2019. Redes Alimentarias Alternativas: Una Aproximación Teórica – Empírica en el Sudeste Bonaerense. XI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Universidad de Buenos Aires.
- Wilkinson, J. 2019. Large-scale forces, global tendencies and rural actors in the light of the Sustainable Development Goals (SDG). *FAO, Document 5, August.*