

La conceptualización de los canales cortos de comercialización: aportes desde el sudeste de la provincia de Buenos Aires, Argentina¹

María Laura Cendón²

Mariana Paola Bruno³

María Victoria Lacaze⁴

María Celeste Molpeceres⁵

María Laura Zulaica⁶

¹ Este trabajo se desarrolla en el marco del Proyecto de Investigación Científica y Tecnológico PICT 2019-785 “Canales cortos de comercialización: construcción de redes para el desarrollo local” del Fondo para la Investigación Científica y Tecnológica, Agencia Nacional de Promoción de la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación. Ejecución: agosto 2021 – agosto 2024.

² Instituto de Innovación para la Producción Agropecuaria y el Desarrollo Sostenible (IPADS BALCARCE) (INTA EEA Balcarce / CONICET). Correo electrónico: cendon.maria@inta.gob.ar. <https://orcid.org/0000-0002-5078-1189>

³ Instituto de Innovación para la Producción Agropecuaria y el Desarrollo Sostenible (IPADS BALCARCE) (INTA EEA Balcarce / CONICET). Correo electrónico: mariana.p.bruno@gmail.com. <https://orcid.org/0000-0001-8301-0762>

⁴ Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata. Correo electrónico: victorialacaze@gmail.com, mvlacaze@mdp.edu.ar. <https://orcid.org/0000-0002-8514-5182>.

⁵ Instituto del Hábitat y del Ambiente (IHAM, FAUD, UNMdP) - CONICET. Correo electrónico: cmolpeceres@conicet.gov.ar. <https://orcid.org/0000-0001-6315-5702>

⁶ Instituto del Hábitat y del Ambiente (IHAM, FAUD, UNMdP) - CONICET. Correo electrónico: laurazulaica@conicet.gov.ar. <https://orcid.org/0000-0001-8101-5957>

Recibido: 17/4/2023. Aceptado: 22/8/2023.



La conceptualización de los canales cortos de comercialización: aportes desde el sudeste de la provincia de Buenos Aires, Argentina

RESUMEN

La pandemia de la COVID-19 profundizó la discusión en torno al modelo global alimentario hegemónico, al tiempo que dio lugar a la proliferación de interacciones ruralperiurbanourbano en el abastecimiento de las ciudades, lo que generó cambios en las relaciones sociales de producción, circulación y consumo de alimentos. Existen distintos enfoques que hacen referencia a estos procesos y aportan conceptos tales como canales cortos de comercialización y redes alimentarias alternativas. Sin embargo, no existen definiciones universalmente aceptadas por la comunidad científica, ni una conceptualización consensuada a nivel local, que permita una sistematización y comparación de las experiencias. Esta particularidad presenta la oportunidad de reflexionar críticamente para avanzar hacia propuestas de conceptualización contextualizadas. Es por ello que el objetivo de este artículo es proponer una conceptualización del término *canales cortos de comercialización* y la elaboración de una tipología en el sudeste de la provincia de Buenos Aires, Argentina, que permitan adquirir un mayor conocimiento de los mismos. Para ello, se realizó una revisión bibliográfica identificando distintas dimensiones, con el objetivo de alcanzar una definición que permita la sistematización de experiencias, su caracterización, cuantificación y consecuente visibilización. De esta forma, se generarán insumos para la construcción de políticas públicas destinadas al fortalecimiento sectorial.

Palabras clave: alimentos, comercialización, circuitos alternativos

Conceptualization of Short Supply Chains: Contributions from the Southeast of the Province of Buenos Aires, Argentina

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic strengthened the discussion around the hegemonic global food model. At the same time, it gave rise to the proliferation of innovative rural-periurban-urban interactions in the supply of cities, which have accounted for changes in the social relations of production, circulation, and consumption of food. There are different approaches that refer to these processes, and introduce concepts such as short supply chains and alternative food networks. However, there are no definitions accepted universally by the scientific community. Similarly, there is no conceptualization at the local level that would enable a systematization of experiences. In the light of this, an opportunity to reflect critically and propose a contextualized conceptualization has been opened up. The aim of this article is to conceptualize the term *short food supply chain* and the construction of a typology for the southeast of the province of Buenos Aires, Argentina. This work was based on a bibliographic review and the identification of different dimensions to formulate a definition that allows the systematization of experiences, their characterization, quantification, and consequent visibility. This way, material will be generated for the development of public policies aiming at strengthening the sector.

Keywords: food, marketing, alternative food chain

Desde hace tiempo y desde distintos ámbitos académicos e institucionales, los movimientos sociales manifiestan que el sistema agroalimentario, basado en el uso masivo de recursos escasos (combustibles fósiles, agroquímicos, semillas mejoradas, máquinas de gran porte), la producción de alimentos ultraprocesados y estandarizados, y la priorización de las demandas del consumidor extranjero se encuentran en crisis, pues presentan problemas de sustentabilidad (Wilkinson, 2019, 2023). Varios son los indicadores que dan cuenta de ello: a nivel productivo, la simplificación de los sistemas de producción, la degradación de los suelos y la pérdida de diversidad biológica; a nivel social, la disminución de las explotaciones y las dificultades en el acceso a la tierra. En cuanto al consumo, se evidencia un empobrecimiento de las dietas y un incremento de las enfermedades no transmisibles (Zapata *et al.*, 2016; Aguirre, 2017, 2022).

Bajo el sistema agroalimentario subyace un modelo de producción, distribución y consumo basado en la deslocalización de los diferentes eslabones, la concentración de la producción y distribución, el desconocimiento del origen de los productos y sus elaboradores, el predominio de la lógica del mercado, la competitividad, la estandarización de los procesos, las certificaciones y normas de calidad privadas (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2019). En este contexto, aparecen experiencias a distintas escalas geográficas que proponen valorizar los alimentos más sanos, producidos localmente, desde diferentes dimensiones de comprensión, más allá de la dimensión pura y exclusivamente económica. Al respecto, las cadenas cortas de comercialización (CCC) se basan en la reconexión entre prácticas de producción, productos, procesos y los actores involucrados directamente en la producción, procesamiento, distribución y consumo de alimentos (Hyland *et al.*, 2019). En términos generales, el surgimiento de las mismas puede ser analizado desde tres dimensiones: la producción y elaboración, el consumo y las políticas y reglamentaciones.

Desde la producción, las cadenas apuntan a capturar una mayor proporción del valor creado, ya sea con la conservación y transformación de productos agropecuarios (mayor procesamiento), mediante la valorización de atributos intangibles (marcas, anclaje territorial, autenticidad, lazo social), o con la eliminación/disminución de intermediarios comerciales (Comisión Económica para la América Latina y el Caribe [CEPAL], 2014; Riveros y Heinrichs, 2014).

Considerando la dimensión del consumidor, se producen reacciones individuales y colectivas que se reflejan, por un lado, en modificaciones en los hábitos de compra donde surge o resurge el interés y la revalorización de ciertos atributos de calidad y seguridad asociados a lo natural, local, artesanal, ecológico y saludable (Marsden *et al.*, 2000). Por otro lado, implican redes de acción colectiva que tienen como objetivo reconectar la producción y el consumo alimentario de forma más

directa bajo nuevos criterios de calidad y mecanismos de confianza (Soler-Montiel y Calle-Collado, 2010). Mediante su acción de compra, estos consumidores/ciudadanos activos se transforman en generadores de políticas en el sentido de ejercer su libertad de elección, participar en movimientos destinados a cambiar las reglas que afectan el sistema alimentario, hasta coproducir y generar nuevos sistemas de provisión de alimentos (Brunori *et al.*, 2011).

Por su parte, desde las políticas públicas, las cadenas cortas suelen asociarse con estrategias de desarrollo rural, de inclusión de pequeños productores y emprendedores, así como con el acceso a alimentos por parte de la población vulnerable, la mejora de la nutrición de la población mediante la incorporación de alimentos frescos en las dietas y el abastecimiento local de alimentos. Ejemplos de ello son los programas de compra pública para el abastecimiento local de alimentos, las ferias de productores y elaboradores, entre otros (CEPAL, 2016). En todos los casos, se destaca la importancia de la institucionalidad y la necesidad de políticas integradas, donde la alimentación constituya un tema transversal a varios ministerios, secretarías y programas que posibilite la construcción y el funcionamiento de los canales alternativos de comercialización de alimentos, más aún si se trata de casos emergentes y relativamente menos consolidados (Craviotti, 2022; Niederle, 2023).

En su desarrollo, estas experiencias han generado ciertas controversias o ambigüedades, desde aspectos sociales, económicos y ambientales en relación con: (i) determinados productos y casos, como la comercialización de alimentos con calidad territorial y sellos de calidad (tales como orgánicos, comercio justo), mediante la gran distribución minorista —con altos *food miles*⁷— lo cual implica impactos ambientales negativos y hasta exclusión de productores y expropiación del valor agregado generado; (ii) su comprensión teórico e histórica en el proceso de transformación del sistema alimentario, donde algunos afirman que estas experiencias introducen un nuevo modelo alimentario o paradigma de desarrollo rural (Marsden *et al.*, 2000; Van der Ploeg *et al.*, 2000), mientras que otros aseguran que se trata de una evolución del modelo de producción agro-industrial. Asimismo, hay quienes enfatizan en la coexistencia, confrontación, hibridación y coevolución de múltiples modelos agrícolas y alimentarios, con sus interacciones entre actores o sistemas en torno a objetos particulares en un territorio dado (Gasselin *et al.*, 2020, 2021; Touzard y Fournier, 2014); particularmente, Chiffolleau *et al.* (2020) muestran que la complementariedad entre cadenas de suministro cortas y largas y la articulación de mercados especializados favorece la resiliencia de la oferta de la ciudad; (iii) el tipo de consumidores involucrados, por un lado, un consumo de élite de distin-

⁷ *Food miles*: se refiere a los costos monetarios y las emisiones nocivas asociadas al transporte de los alimentos.

ción de la clase media y alta (Tregear, 2011), por otro lado, experiencias de la mano de organizaciones de productores poseen un énfasis social y puján por la soberanía alimentaria.

A partir de la pandemia de COVID-19, se verificó una nueva proliferación de experiencias, principalmente de proximidad geográfica (debido a las restricciones de movilidad), y se profundizó la discusión del modelo global alimentario, especialmente en relación con las formas de producción, los alimentos y la modalidad de ingesta de los mismos (Graziano da Silva *et al.*, 2021; Arnaiz, *et al.* 2022). Los artículos científicos dan cuenta de ello, principalmente desde la agricultura familiar, la soberanía alimentaria, los alimentos agroecológicos, la organización de productores y la logística y distribución asociativa para el abastecimiento de las ciudades. De este modo, se evidenciaron nuevas interacciones entre el espacio de la producción rural-periurbano y el espacio urbano de consumo (Craviotti *et al.*, 2021; Tittone *et al.*, 2021; Viteri *et al.*, 2021; Frank *et al.*, 2022) tanto en los ámbitos académicos, como organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la Organización Mundial de la Salud (OMS), Fundación Ford y movimientos sociales. En este contexto, la digitalización constituye la principal herramienta técnica para incrementar la eficiencia de las instituciones, minimizar los costos de producción y la huella ecológica, así como para aumentar la accesibilidad de las consumidoras a los alimentos sostenibles (Sanz-Cañada y Yacamán-Ochoa, 2022).

Estas transformaciones también se verifican en el sudeste de la provincia de Buenos Aires (en Partidos de General Pueyrredon, Balcarce, General Alvarado, Mar Chiquita, Lobería, Tandil) de Argentina, donde se destacan las organizaciones de productores que incorporan la comercialización directa y local de alimentos, así como la incorporación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) vía pagos electrónicos, páginas web y, fundamentalmente, redes sociales, junto con la entrega a domicilio, los puntos de retiro y nodos de consumo. Estas observaciones dan cuenta de profundos cambios en las relaciones sociales de producción, circulación y consumo de alimentos (Cendón *et al.*, 2021a, 2021b; Ischia y Piscione, 2020; Santini *et al.*, 2022; Castagnino *et al.*, 2022).

En el contexto planteado, el objetivo de este trabajo es realizar una revisión crítica de los antecedentes, a fin de proponer una conceptualización del término *canales cortos de comercialización* y elaborar una tipología de experiencias en el sudeste bonaerense del país. De esta manera, se espera generar información sistematizada que contribuya al diseño de políticas públicas integrales e inclusivas para el fortalecimiento sectorial, el abastecimiento de alimentos locales y la sustentabilidad de los sistemas productivos.

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

Este trabajo se inserta dentro del Proyecto de Investigación Científica y Tecnológico –PICT- 2019-785 “Canales cortos de comercialización: construcción de redes para el desarrollo local” del Fondo para la Investigación Científica y Tecnológica (Agencia Nacional de Promoción de la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación). El objetivo del mismo 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.

Para el desarrollo de este artículo, se realizó una revisión bibliográfica, acompañada de un seminario multidisciplinar. En este, participaron integrantes del equipo del Proyecto, investigadoras en el marco de un Convenio Específico de Cooperación Técnica (INTA-IHAM/FAUD/UNMdP), equipo extensionista del proyecto de extensión de la UNMdP HUM-038-2021 “Sistemas Participativos de Garantías: hacia la promoción de sistemas alimentarios agroecológicos del Partido de General Pueyrredon”, agentes de terreno de las agencias de extensión rural del área de influencia de la EEA Balcarce INTA y agentes comunitarios que acompañan experiencias de comercialización.

En segundo lugar, en el marco del Grupo de Trabajo Sociología de la Alimentación: Territorios Agroalimentarios: Calidad e Innovación de la Asociación Argentina de Sociología Rural (AASRu) bajo la modalidad de taller, se debatió sobre la definición de circuitos cortos, los actores que participan y los desafíos y problemas que enfrentan durante las I Jornadas Argentinas de Sociología Rural en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.

También se recupera información primaria en el marco de trabajos previos realizados por las autoras en el territorio bajo estudio: (i) mapeo de producciones agroecológicas del Partido de General Pueyrredon y zona (Molpeceres *et al.*, 2020; Cendón *et al.*, 2023); (ii) base de datos de canales cortos de comercialización que utilizan TIC (Santini y Ghezán, 2022; Santini *et al.*, 2022); (iii) encuestas sobre el consumo de verduras y frutas en el hogar y otros hábitos saludables, a residentes urbanos (Lacaze y Lupín, 2022). Asimismo, se han realizado tres encuentros de trabajo para la reflexión teórica y la discusión de resultados con los participantes del proyecto.

En relación con los antecedentes teóricos, se indaga en los principales términos, sus orígenes y definiciones y se identifican las principales dimensiones de análisis. En los seminarios, encuentros y jornadas, se ponen en discusión estos términos en relación con los actores que intervienen, sus características, las controversias que surgen sobre la forma de abordarlo (punto de partida o eje: en relación con los circuitos convencionales, en el marco de la Economía Social y Solidaria, desde los sujetos-actores, tipo de relación entre productor/consumidor, calidad del producto),

así como las vacancias de información. A partir de este análisis, se propone una definición que permita contemplar las diferentes dimensiones y que se ajuste a las experiencias en el sudeste bonaerense.

TÉRMINOS, CONCEPTOS Y ANTECEDENTES EN TORNO A LA CONCEPTUALIZACIÓN DE CANALES CORTOS

Desde la perspectiva del consumo, entre las primeras experiencias de cadenas cortas se destacan en Japón, los denominados “Teikei” en torno a los años sesenta del siglo XX. El origen de los mismos puede asociarse a cuestiones de trazabilidad debido a problemas de salud pública; en este caso, un grupo de madres preocupadas por la utilización de insumos químicos en la producción de alimentos y por las muertes ocasionadas por la enfermedad de Minamata⁸. El principio de funcionamiento de estos grupos organizados consiste en aportes monetarios para la producción y el acceso a alimentos seguros. Por su parte, en Estados Unidos, en la misma época, se registra el nacimiento de la Agricultura Apoyada por la Comunidad (CSA, por su sigla en inglés). Este sistema apunta a la calidad de los alimentos y el cuidado del ambiente, mientras que contribuye con la situación financiera de los pequeños productores (CEPAL, 2016).

La preocupación de los consumidores por la seguridad de los alimentos consumidos se ha profundizado con el tiempo debido a diversos casos de inseguridad, riesgos y enfermedades asociadas a los alimentos ingeridos (salmonella, vaca loca, residuos de dioxinas en leche, obesidad, hipertensión y diabetes). Esto arraiga la desconfianza de los consumidores en los sistemas de producción modernos. En consecuencia, demandan la institucionalización de sistemas de garantía de calidad, relaciones estrechas con productores y mayor información sobre el origen de los alimentos (Renting *et al.*, 2003). De esta forma, alrededor de los años dos mil, se desarrolla en Francia la Asociación para el Mantenimiento de la Agricultura Campesina (*Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne*, en francés), los Grupos de Compra Solidaria (*GAS*, por su sigla en italiano) en Italia y las denominadas colmenas en España (Brunori *et al.*, 2011).

En nuestro país, las experiencias más conocidas de canales cortos desde el consumo se ubican en la región metropolitana de Buenos Aires y han sido denominadas comercializadoras solidarias (Caracciolo, 2019; Mosse, 2019; Arnaiz, *et al.* 2022), entre otras razones, para diferenciarlas de los grupos de consumo de los países desarro-

⁸ La enfermedad de Minamata se denomina así porque la ciudad de Minamata, Japón, fue el centro de un brote de envenenamiento por metilmercurio en la década de los años 50. En 1968, el gobierno japonés anunció oficialmente que la causa de la enfermedad era la ingestión de pescado y de mariscos contaminados de mercurio debido a los vertidos de una empresa petroquímica.

llados. Una de las principales diferencias respecto de aquellos grupos es que no existe un compromiso formal por parte de los consumidores de financiar la producción ex-ante o de influir en las decisiones de producción. No obstante, los consumidores fomentan una redistribución del valor, ya que estos productos se ubican en un segmento de precio justo, existe regularidad en el consumo, se comparten principios agroecológicos, de la Economía Social y Solidaria, así como otros conocimientos y experiencias que abarcan desde lo alimentario hasta lo cultural y sindical.

Desde la perspectiva de la producción, se hace referencia a las cadenas cortas en un primer momento en Europa en los años ochenta, como estrategia de resistencia de los agricultores marginados frente a los sistemas alimentarios globalizados, inicialmente de la mano de la industria y posteriormente de la gran distribución minorista (Van der Ploeg *et al.*, 2000). En esta etapa, las cadenas cortas de suministro representaron para los pequeños agricultores una herramienta de valor agregado para la reapropiación del valor generado. Existen definiciones materiales, como en Reino Unido, donde son definidas oficialmente por el número de millas; mientras que, en Francia, la definición oficial se refiere al número de intermediarios en la cadena de distribución. Ambas propuestas resultan insuficientes de acuerdo a la diversidad de proyectos e intereses, funcionamientos e impactos sociales de los canales cortos (Allaire, 2016).

Posteriormente, emergen las *redes alimentarias alternativas* (RAA) (Renting *et al.*, 2003; Sanchez, 2009; Soninno y Marsden, 2006) que consisten en canales comerciales de productos diferenciales que generan mayor valor agregado y retribución a los productores, pero que también responden a las demandas de los consumidores, comunicando la cultura rural, la relación con la naturaleza, etc. De esta forma, pasan de significar una resistencia campesina a constituirse en un ejemplo de nuevo paradigma de desarrollo rural (Van der Ploeg *et al.*, 2000), y a discutir su potencial para la transformación socioeconómica (Goodman, 2004).

Algunos autores han propuesto el término de *redes cívicas de alimentos* con el objetivo de posicionar estas experiencias por encima de debates asociados a lo alternativo o el grado de alternativo de estas experiencias, resaltando el papel que desempeñan los ciudadanos en (re)formar y recuperar los sistemas alimentarios. Estos son la principal fuerza impulsora y las redes emergentes constituyen formas de compromiso con los alimentos que van más allá del aprovisionamiento en sí mismo (Renting *et al.*, 2012).

Otros autores refieren al rol o impacto de estas experiencias para el desarrollo de los territorios utilizando el término *circuito* con el fin de diferenciar las cadenas de los canales, que pueden ser largas o cortas según el número de eslabones que las compongan, pero cuya definición no se refiere a un anclaje territorial o geográfico. En cambio, los términos circuitos de comercialización, circuitos de proximidad

o circuitos socioeconómicos alimentarios consideran el territorio como elemento central del análisis. Las definiciones comprenden los flujos orientados hacia los mercados locales y regionales, cuyas características estarían vinculadas a una mayor cercanía con el origen natural de los alimentos y a una gran participación de pequeños agentes (Da Silva, 2009; Pastore, 2020) y principios de Economía Social y Solidaria (Caracciolo, 2019). Por ello, al hablar de circuitos, se hace referencia necesariamente a procesos que se desarrollan en un territorio delimitado.

Las RAA han ido evolucionando, manteniendo un fuerte componente ideológico y centrándose en formas organizativas innovadoras que pueden materializarse, tales como grupos de compra solidaria, consumidores y ciudadanos organizados, o la agricultura apoyada por la comunidad (Fonte, 2013; Brunori *et al.*, 2011).

Más recientemente, el énfasis en torno a los canales cortos se asocia fuertemente a la agroecología (Gazolla y Schneider, 2017), constituyendo incluso uno de los diez elementos o principios en los que se basa este nuevo paradigma (FAO, 2019). Se destaca el rol de los canales cortos agroecológicos para la sustentabilidad de los territorios (Loconto *et al.*, 2018) o las limitantes o alternativas para alcanzar un salto de escala en los mismos (Beckie *et al.*, 2012), así como el rol de las mujeres como dinamizadoras y con una función clave y predominante en los mismos (Zuluaga-Sánchez *et al.*, 2018; Arnaiz *et al.*, 2022).

Desde una mirada puesta en los territorios, en los últimos años, se propone la noción de mercados territoriales (FAO, 2023). Estos se caracterizan por su estrecha vinculación con los sistemas alimentarios locales, donde predominan las relaciones horizontales, incluyendo diversidad de productos y agricultores familiares. Estos espacios presentan múltiples funciones que exceden exclusivamente el abastecimiento de alimentos, abarcando cuestiones económicas, sociales, culturales, ecológicas dentro de sus respectivos territorios. En dichos mercados, el consumo deja de ser una cuestión meramente comercial y toma una nueva dimensión que lo problematiza como práctica social, económica y política: comer como acto político. Se asocia esta noción a los mercados de la economía social y solidaria, como una relación social visible entre productores y consumidores, que son más democráticos y participativos, genera trabajo digno y compromete a los actores a orientar el consumo hacia alimentos seguros, sanos y soberanos.

Desde el enfoque de la Economía Social, Solidaria y Popular, los autores Arnaiz *et al.* (2022) estudian los mercados de cercanía centrados en la intermediación solidaria (circuitos cortos de intermediación solidaria). Estas experiencias cuentan con una gestión centralizada a partir de la conformación de equipos de trabajo que desarrollan tareas de difusión y comunicación, toma de pedidos y vinculación con los nodos, compras de productos, gestión contable y financiera, coordinación de la logística, preparación de los pedidos, distribución y control de la entrega, con

centros de acopio para los productos y la organización de logística. En el día a día, además de las funciones básicas, el equipo da acompañamiento durante todo el proceso productivo de los productores, así como de los nodos de consumo en cuestiones organizativas y formativas. Entre los actores que impulsan estas organizaciones se encuentran la universidad, los municipios desde sus propias secretarías, y organizaciones y movimientos sociales.

Sanz-Cañada y Yacaman-Ochoa (2022) afirman que la logística y la comercialización asociativa pueden contribuir a superar los puntos de estrangulamiento que impiden a las productoras y productores de alimentos sostenibles emprender un salto de escala. Las nuevas formas de institucionalidad cooperativa, tales como las plataformas de suministro de productos locales, centros de acopio (o *food hubs* en los países de habla inglesa), tienen como objetivo la agregación y distribución de productos de varios productores locales para alcanzar mayores volúmenes y variedad de productos. Así, pueden llegar a contribuir al salto de escala si son convenientemente impulsadas por las políticas.

A partir de este recorrido por diversas definiciones, desde el consumo y la producción, se observa cómo se han ido complejizando. Por consiguiente, se toma en cuenta la preocupación por consumir alimentos saludables y libres de agroquímicos, la revalorización de los agricultores, la importancia de agregado de valor y la consideración de múltiples dimensiones (como la calidad de los alimentos, el rol de los consumidores/ciudadanos y formas organizativas), así como los aspectos ideológicos y políticos que subyacen en la lógica de los circuitos cortos.

DIVERSIDAD DE MODOS DE CLASIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE CANALES CORTOS

Si bien estos canales alternativos se han desarrollado principalmente en Europa y Estados Unidos, constituyen una tendencia emergente en América Latina y el Caribe (CEPAL, 2014, 2016) y en particular en Argentina (Alcoba y Dumrauf, 2011; Caracciolo, 2019). Dicha tendencia se profundizó con la pandemia de COVID-19 (Tittonell *et al.*, 2021), la generalización del uso de TIC y los desarrollos en logística y distribución (Raton *et al.*, 2020; Bavec, 2020). La importancia que han cobrado los CCC como estrategia para la soberanía alimentaria, el consumo de alimentos saludables y la valorización de la agricultura familiar da cuenta de su vigencia, evolución y trayectoria temática; es por ello que cobran importancia su estudio, así como su fortalecimiento y promoción desde las políticas públicas.

Distintos autores, con base en realidades nacionales, regionales y sus propios trabajos de campo, presentan distintas clasificaciones de canales cortos según variables particulares. En este sentido, se considera según quién es el actor que decide

en la gestión (productores organizados, consumidores organizados, intermediario organizador o Estado organizador) y el tipo de relación entre productores y consumidores, si es directa o está intermediada (Caracciolo, 2019). Pueden tenerse en cuenta también el nivel de cooperación y acción colectiva existente en el canal y el grado de redefinición de la organización del mercado (Soler-Montiel y Calle-Collado, 2010).

Asimismo, se suelen analizar atendiendo a los valores y principios que median las transacciones: biodiversidad, sustentabilidad, enfoque social y ético, beneficios económicos y sociales, confianza, transparencia y cooperación. Pueden ser analizados desde los actores, considerando su diversidad —productor, elaborador, comercializador, etc.— (Craviotti y Soleno-Wilches, 2015; Cendón *et al.*, 2021a, 2021b); y desde aspectos socioorganizativos, si se trata de actores individuales o agrupados, como también según quién y el grado de participación institucionales-tatal en la experiencia (Viteri *et al.*, 2021).

Por otra parte, de acuerdo con las TIC involucradas, pueden tratarse de redes de tipo *On line*, *Off line* o poseer ambas opciones. Generalmente, todas poseen redes sociales que pueden combinar o no con el comercio electrónico y las páginas web con carrito de compra (Santini *et al.*, 2022). Bos y Owen (2016) proponen la noción de *reconexión virtual* para denominar a los procesos de reconexión sociomaterial que ocurren en línea. Sin embargo, no pueden replicar completamente las mismas experiencias corporales y táctiles asociadas con los espacios materiales de los circuitos cortos. Como tal, los espacios en línea brindan un ámbito adicional útil para la reconexión, pero deben entenderse como algo complementario y no como un sustituto de las reconexiones sociomateriales. Asimismo, se pueden analizar atendiendo al agregado de valor económico y social que generan.

PRINCIPALES DIMENSIONES IDENTIFICADAS HACIA LA CONCEPTUALIZACIÓN DE CANALES CORTOS

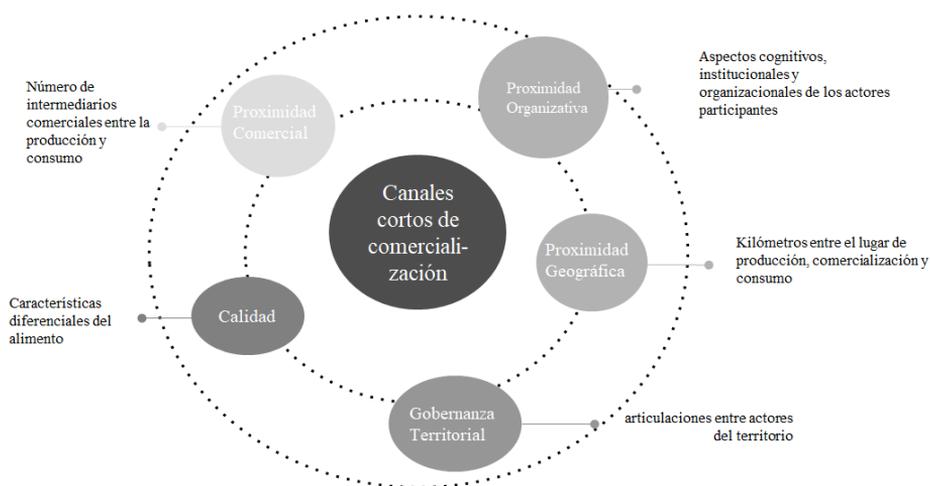
A partir de las distintas definiciones y lecturas, se han identificado cinco dimensiones para conceptualizar una experiencia como un canal corto de comercialización: proximidad comercial, proximidad geográfica, proximidad organizativa, calidad y gobernanza territorial.

La **proximidad comercial** hace referencia al número de intermediarios comerciales. En los circuitos comercialmente cortos, se busca disminuir o eliminar el mayor número de intermediarios entre productores y consumidores. Por lo tanto, será considerado corto cuando se trate de relaciones directas productor/elaborador—consumidor o mediado como máximo por un intermediario.

La **proximidad geográfica** abarca desde relaciones *cara a cara* donde el consumidor compra un producto directamente del productor/elaborador, pasando por

relaciones de *proximidad espacial* donde los productos se producen y se comercializan en una región específica o lugar de producción hasta relaciones *espacialmente extendidas*, donde el valor y significado del lugar de producción y los alimentos elaborados se traslada a los consumidores, quienes están afuera de la región de producción y no tienen experiencia personal de esa región (Marsden *et al.*, 2000). El *acortamiento* del canal se produce no solo en términos de distancia física o comercial, sino también de aspectos organizativos y culturales a través de la información, la confianza y los valores compartidos en torno a la calidad (Marsden *et al.*, 2000).

Figura 1. xxxxxxxx



La **proximidad organizativa** es definida a partir de tres aspectos: (i) aspectos cognitivos, base común de conocimientos; (ii) aspectos organizacionales, pertenencia a las mismas organizaciones y (iii) aspectos institucionales, normas, valores y lenguajes compartidos (Gilly y Torre, 2000; Torre y Talbot, 2018). Son ejemplos las ferias de productores organizadas en el marco de la Economía Social y Solidaria, la agroecología, la soberanía alimentaria, la pertenencia a un grupo de hecho, cooperativa u otro tipo de organización social.

La **calidad de los alimentos** en torno a la cual se desarrollan las transacciones se analizan desde la teoría de la economía de las convenciones (Eymard-Duvernay, 1994), pues las transacciones en los canales cortos no están coordinadas por un mercado y los bienes no están predeterminados. Desde este cuerpo teórico, la calidad de los bienes no es un dato exógeno, sino que la misma requiere un acuerdo previo,

una *convención*⁹ basada en las interacciones sociales, pudiendo presentarse múltiples formas de acuerdo con los actores, ya que los bienes son objeto de intercambios locales específicos, fuera de las restricciones de una coordinación mercantil general.

Así, la calidad puede ser interpretada como una construcción social en un contexto histórico y socio-económico determinado. Se trata de una regla o conjunto de reglas sobre un producto que son aceptadas por una comunidad, han sido elaboradas por los miembros de la misma (productores, elaboradores, intermediarios comerciales y consumidores) a partir de sus interacciones y contribuyen a coordinar las actividades/transacciones del conjunto de actores involucrados (Casabianca y Valceschini, 1996; Champredonde y Muchnik, 2010). En el sector alimentario, Eymard-Duvernay (1994) identifica tres tipos de calidades de los alimentos: (i) calidad industrial o estandarizada, basada en parámetros objetivables y certificaciones; (ii) calidad doméstica, basada en la confianza, vínculos personales y reputación y (iii) calidad mercantil, donde el precio constituye el único registro general de la calidad. Por su parte, Sylvander (1995) adiciona a estos tres tipos la *calidad cívica*, que implica una organización en torno a un compromiso colectivo de bienestar y donde la calidad de los productos hace referencia a su capacidad de contribuir con el bienestar colectivo, la responsabilidad social y ética en las actividades y la salud de la población.

Los alimentos que se intercambian en canales cortos se resocializan y reespacializan (Marsden *et al.*, 2000), lo que permite al consumidor hacer sus propios juicios de valor sobre la conveniencia relativa de los alimentos a través del propio conocimiento, experiencia o imaginario percibido. Esto se asocia a relaciones de confianza del mundo o convención doméstica o cívica más que a convenciones asociadas con parámetros o procedimientos de garantía o control objetivables y certificados del mundo industrial o de los precios del mercado. Así, la calidad de los alimentos puede incluir características diferenciales del lugar de producción (condiciones naturales, culturales y tradiciones gastronómicas), del proceso de producción (artesanal, tradicional) o referidas a características naturales, ecológicas o agroecológicas (Renting *et al.*, 2003; Murdoch *et al.*, 2000) o a dietas particulares (keto, vegana, vegetariana, crudivegana, ovolacteovegetariana).

La gobernanza territorial hace referencia al grado de articulaciones entre los actores o grupos de actores, no solo de un sector en particular, sino fundamen-

⁹ “...Una Convención es una regularidad que tiene su fuente en las interacciones sociales pero que se presenta a los actores bajo una forma objetiva...” (Dupuy *et al.*, 1994. p. 25). Se trata de una regularidad en el comportamiento que es aceptada por los miembros de una sociedad o por una parte importante de los mismos. Este modelo se diferencia del liberal, ya que los individuos actúan con base en reglas de conducta y no en la maximización. Una vez que una convención se establece, ningún agente tiene incentivos para desviarse.

talmente entre distintos sectores, instituciones, gobierno y ciudadanía en general con la mirada en el conjunto del territorio (Torre y Traversac, 2011). Los canales cortos o circuitos podrían constituir o evolucionar hacia redes alimentarias cuando poseen una gobernanza territorial. Es decir, cuando las innovaciones institucionales y sociales que se materializan en estos circuitos apuntan a transformar los sistemas alimentarios a escala local, regional y global (Allaire, 2016).

Desde la geografía crítica, la gobernanza territorial es definida como la articulación entre la acción pública, acción privada y acción colectiva en un territorio determinado. Constituye una forma de organización de los múltiples actores y organizaciones de la sociedad para gestionar y promover el desarrollo de sus territorios. Implica una transformación de la gobernanza tradicional que articula los diferentes niveles de organización territorial, que se ha demostrado insuficiente para dar cuenta de la movilidad y de las nuevas lógicas de redes de los actores (Sili, 2018). Por su parte, Sanz-Cañada y Muchnik (2016) caracterizan la gobernanza territorial en el ámbito de los estudios económicos y sociales de los sistemas alimentarios localizados, como la descentralización en la toma de decisiones y la participación de todas las partes interesadas en la toma de decisiones, el desarrollo de mecanismos de coordinación multi-nivel, la presencia de redes locales (para la difusión de conocimientos e innovación, información, relaciones de compraventa) y la fuerte cooperación entre sector privado/productivo y el entramado institucional.

En síntesis, proponemos una definición amplia de canal corto de comercialización que abarca un conjunto de interacciones de producción, comercialización y consumo de alimentos —generalmente híbridos— donde existe una calidad específica y proximidad geográfica, comercial, organizativa y gobernanza territorial. Estas dimensiones pueden aparecer con distinto grado de intensidad, lo que causa gradientes (alto, medio o bajo). Los canales cortos pueden constituirse o evolucionar hacia redes alimentarias, cuando las dimensiones se manifiestan con un grado fuerte en un territorio determinado.

HACIA UNA TIPOLOGÍA DE CANALES CORTOS EN EL SUDESTE BONAERENSE

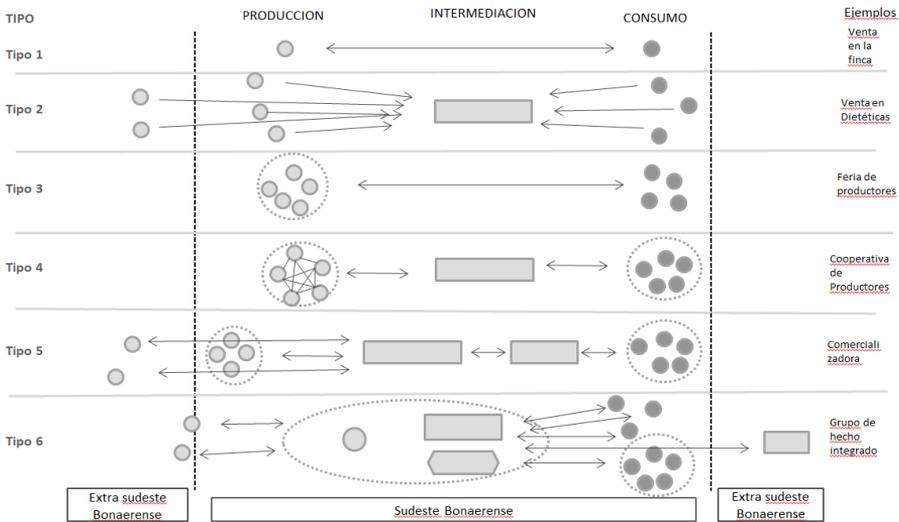
A partir del análisis de la Figura 2 y Tabla 1, podemos identificar y caracterizar seis tipos de canales cortos de comercialización en el sudeste bonaerense.

Tipo 1. Abarca las relaciones individuales y *cara a cara* o directa entre productores/elaboradores y consumidores, generalmente mediadas por la oferta y el pedido de alimentos vía redes sociales con el retiro en el propio lugar de producción/elaboración o en el domicilio o punto de entrega acordado. Entre las TIC utilizadas, se destaca el uso de listas de difusión semanal a través de WhatsApp, publicaciones en Instagram, Facebook y, en menor medida, páginas web o tiendas virtuales. En estos

casos, la calidad se basa en convenciones domésticas y la confianza en el conocimiento de quienes elaboran los alimentos. Estos casos poseen una alta proximidad geográfica, comercial y organizativa, pero, al tratarse de relaciones individuales, implican una baja gobernanza territorial.

Tipo 2. Este tipo responde a aquellas situaciones, donde los productores/elaboradores generalmente de la misma localidad, o en menor medida, de localidades vecinas, ofrecen sus alimentos en comercios denominados *tiendas saludables*. Aquí se pueden llegar a articular fortuitamente con otros productores y suelen ser espacios que los consumidores referencian como puntos de acceso a los alimentos con calidades diferenciales o que responden a dietas determinadas o estilos de vida saludables. No obstante, en estos espacios confluyen los alimentos artesanales locales basados en convenciones domésticas con alimentos que responden a convenciones industriales. Las proximidades geográficas, organizativas y comerciales son medias y la gobernanza territorial es baja, ya que las interacciones son individuales y no hay interacción entre los actores. En algunos casos, estos tipos de intermediarios pueden constituirse en actores claves que contribuyen a la generación de redes entre productores y consumidores a través de actividades tales como talleres de alimentación, cocina y salud con la presencia de chef, nutricionistas y médicos, así como los mismos elaboradores que muestran en vivo la elaboración de sus productos, reflexionando sobre las propiedades, rutinas y hábitos alimentarios.

Figura 2. Tipos de canales cortos de comercialización en el sudeste bonaerense



Leyenda

○ Productores/as □ Intermediarios (comercializadoras, dietéticas, Restaurantes) ● Consumidores/as

Tipo 3. Abarca los casos de venta cara a cara, en los cuales los productores agrupados en una feria comercializan los alimentos elaborados a los consumidores locales. Generalmente, estas experiencias responden a calidades agroecológicas basadas en la confianza y el conocimiento de quienes elaboran y de cómo lo hacen. Suelen contar con acompañamiento institucional tales como universidades, municipios u otros organismos del Estado como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) o el Instituto Nacional de Agricultura Familiar, Campesina e Indígena (INAFICI). En este tipo, predomina una proximidad geográfica, comercial y organizativa alta, ya que todos los consumidores son del tipo conscientes o ciudadanos (Brunori *et al.*, 2011; Fasulo, 2018; Rodríguez *et al.*, 2022) y los productores están organizados y responden a normas y principios de funcionamiento común. No obstante, la gobernanza territorial es baja, ya que los productores no necesariamente desarrollan actividades en conjunto, ni existen interacciones con otros grupos de actores territoriales.

Tipo 4. Este tipo representa aquellos casos donde un grupo de productores o elaboradores se organiza vía una sociedad de hecho, que puede evolucionar hacia una cooperativa, e incorpora la comercialización directa de sus productos. Dicha actividad puede complementarse con otras como la elaboración conjunta de bioinsumos en la producción agropecuaria; la realización de trabajos cooperativos como la construcción de infraestructuras, la adquisición y uso conjunto de maquinarias; el desarrollo de experiencias de valor agregado como elaboración de salsas o dulces. El sistema de comercialización consiste en *bolsones* de verduras (que pueden incluir además otros alimentos secos o de almacén o cosmética natural) que se publican semanalmente vía redes y se retiran en puntos o nodos de entrega, ubicados en distintos lugares de las localidades, donde se acercan los consumidores próximos al mismo. Estos nodos intermediarios pueden ser casas particulares, comercios, entidades sin fines de lucro como escuelas, clubs, sociedades de fomento barriales hasta espacios físicos de la propia organización. Estos alimentos comercializados son generalmente agroecológicos, responden a calidades de tipo doméstico pero también de tipo cívica, la proximidad geográfica y comercial es media, ya que son casos con mayor distancia e intermediación, pero la proximidad organizativa es alta y la gobernanza territorial es media, en la medida que comienzan a visibilizarse ciertos indicios de redes vía mayor densidad relativa de interacciones entre actores y grupos de actores.

Tipo 5. Este tipo corresponde a casos de comercializadoras o intermediarios comerciales que desarrollan un mayor número de articulaciones con productores y elaboradores agrupados y ubicados en la misma localidad o próximos, así como extra locales para contar con una oferta diversificada de alimentos. Además, la comercialización generalmente se operativiza también con nodos o puntos de entrega tal

como se menciona en el caso anterior (Tipo 4). Asimismo, pueden realizar ventas fuera del territorio a otras comercializadoras por contar con una mayor escala. Se organizan con redes sociales o cuentan con tiendas virtuales donde no solo se accede a bolsones, sino también se puede seleccionar a elección. En este tipo, la calidad es doméstica y cívica, las proximidades geográfica y comercial son bajas, la proximidad organizativa es alta y la gobernanza territorial es media.

Tipo 6. Este tipo abarca aquellos casos de mayor complejidad donde, vía una sociedad de hecho, un grupo de actores con distintas funciones —que abarcan producción, elaboración, comercialización, redes sociales, TIC, restauración— desarrollan un conjunto de relaciones de aprovisionamiento y venta diversificada. Abarcan desde la producción de sus materias primas y la comercialización en locales físicos, e-commerce, la elaboración de productos para la venta, así como un espacio de oferta de comidas mediante un restaurante o delivery de viandas. Este tipo se destaca por una calidad cívica, proximidad comercial media, proximidad geográfica y organizativa alta y una gobernanza territorial alta.

Tabla 1. Caracterización de los tipos de canales cortos en el sudeste bonaerense según las dimensiones del marco conceptual propuesto

	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3	Tipo 4	Tipo 5	Tipo 6
Calidad	Doméstica	Industrial/ doméstica	Doméstica	Doméstica/ cívica	Doméstica/ cívica	Cívica
Proximidad geográfica	Alta	Media	Alta	Media	Baja	Alta
Proximidad comercial	Alta	Media	Alta	Media	Baja	Media
Proximidad organizativa	Alta	Media	Alta	Alta	Alta	Alta
Gobernanza territorial	Baja	Baja	Baja	Media	Media	Alta
Ejemplos	Venta directa productor-consumidor	Tiendas saludables/ dietéticas	Feria de productores	Productores asociados que integran comercialización	Comercializadoras	Cooperativa red

En síntesis, en relación con la calidad de los alimentos, todos los tipos se alejan de la provisión de *commodities* o alimentos convencionales, es decir, de aquellos alimentos que son estandarizados, procesados y ultraprocesados, donde la calidad está determinada por relaciones de mercado. Se diferencian según el grado de complejidad y nivel de escalamiento, donde pueden llegar a pasar de calidades domésticas a cívicas.

Todos los tipos se caracterizan por una alta proximidad organizativa y por nuevas formas de gobernanza o interacción entre los agentes pero solo algunos casos poseen una gobernanza territorial media o alta. En dichos casos (Tipo 2, 4 y 5), los intermediarios (tales como las comercializadoras, las tiendas saludables, los restaurantes) adquieren un rol clave para contribuir a la articulación y densidad de las vinculaciones. Estos actores adquieren características particulares (denominados intermediarios solidarios por algunos autores), orientados por valores de Economía Social y Solidaria más que por el beneficio económico exclusivamente. Asimismo, desarrollan un papel fundamental para profundizar la gobernanza territorial y asegurar la diversidad de oferta que se encuentran en estas redes; de este modo, superan las limitaciones señaladas por los consumidores (Rodríguez *et al.*, 2022; Fasulo, 2018).

Por lo señalado, parecería que la proximidad comercial adquiere menor importancia frente a la proximidad geográfica. No obstante, la proximidad geográfica se combina con casos de vinculación extendida y situaciones híbridas con canales convencionales como las ventas en supermercados o mercados mayoristas. En otros casos, complementan la oferta con productos procedentes de otras regiones. Estas situaciones se presentan cuando los emprendimientos poseen un tamaño mayor o los canales cortos no alcanzan a cubrir toda la oferta, por cuestiones naturales como las estacionales y la falta de infraestructura como de almacenamiento, frío o de procesamiento que permitan conservar las cosechas y recolecciones.

A MODO DE REFLEXIÓN Y PERSPECTIVAS

A partir de una revisión bibliográfica y un trabajo de campo previo de las autoras, este artículo propone una conceptualización de canales cortos de comercialización como aquellas interacciones de producción, comercialización y consumo de alimentos que poseen una calidad específica, proximidad comercial, proximidad organizativa, proximidad geográfica y gobernanza territorial. Estas dimensiones juegan un papel clave en la construcción de valor y significado de los alimentos que se producen y distribuyen en estas experiencias.

A partir de las dimensiones, se caracterizan las experiencias del sudeste bonaerense con la propuesta de seis tipos de canales cortos de comercialización que abarcarían la diversidad de experiencias. No obstante, más allá de la definición de tipos a los fines expositivos, en la realidad se encuentran una gran variedad de canales cortos que coexisten y se complementan con modalidades convencionales y que, en algunas circunstancias, pueden constituir redes alimentarias. De acuerdo con el marco conceptual propuesto, los canales cortos pueden llegar a constituirse en redes alimentarias cuando la mayoría de las dimensiones adquieren un nivel fuerte.

A partir de este avance en la investigación, será posible sistematizar las experiencias y avanzar en una conceptualización contextual de las mismas, así como la validación o revisión de los tipos propuestos. Asimismo, resulta necesario profundizar el estudio con nuevos avances metodológicos para identificar las distintas variables/descriptores para operativizar las dimensiones propuestas, cuantificar las experiencias y determinar los factores o condiciones que contribuyan con la sustentabilidad de los casos y que determinan la evolución de canales/circuitos cortos a redes alimentarias.

Los canales, circuitos y redes alimentarias juegan un rol clave y renovado en el marco de la gestión pública para el abastecimiento de alimentos, la seguridad y soberanía alimentaria y el desarrollo de sistemas alimentarios locales sustentables. Dado que estas experiencias se caracterizan por la presencia de pequeños productores, su sostenibilidad y fortalecimiento contribuye al anclaje rural, la Economía Social y Solidaria, los procesos autogestionados y socioorganizativos, al tiempo que se visibilizan y expanden ante contextos socioeconómicos, políticos y ambientales adversos, tales como la crisis económica y social del 2001 o la pandemia de la COVID-19.

REFERENCIAS

- Aguirre, P. (2017). *Una historia social de la comida*. Lugar Editorial S.A.
- Aguirre, P. (2022). *Devorando el planeta*. Ed. Capital Intelectual.
- Alcoba, D. y Dumrauf, S. (2011) *Agricultura Familiar, del productor al consumidor. Apuntes para el análisis de las ferias y mercados de la agricultura familiar en Argentina*. Ediciones INTA.
- Allaire, G. (2016). De quelles crises les circuits de proximité sont-ils le nom?. En Patrick Mundler et Juliette Rouchier éditeurs, *Alimentation et proximités : jeux d'acteurs et territoires* (pp. 405-418). Éducagri éditions.
- Arnaiz, C., Isola Zorrozuá, F., Niño, L. y Jurado, E. (2022). Experiencias de intermediación solidaria con nodos de consumo en el partido de quilmes y aldeaños. Experiencias de intermediación solidaria con nodos de consumo en el partido de Quilmes y aldeaños. *Otra Economía*, 15(28), 184-200. <https://orcid.org/0000-0002-9491-4326>
- Bavec, S. (2020). *Plateformes collectives d'approvisionnement de produits locaux-performance organisationnelle et implication des agriculteurs* (Tesis de doctorado, Université Paris-Saclay). <https://theses.hal.science/tel-03202413/>
- Beckie, M. A., Kennedy, E. H. y Wittman, H. (2012). Scaling up alternative food networks: Farmers' markets and the role of clustering in western Canada. *Agriculture and Human Values*, 29, 333-345. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10460-012-9359-9>
- Bos, E. y Owen, L. (2016). Virtual Reconnection: The Online Spaces of Alternative Food Networks in England. *Journal of Rural Studies*, 45, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.02.016>

- Brunori, G., Rossi A. y 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. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2011.00552.x>
- Caracciolo, M. (2019). Espacios comerciales alternativos de la Agricultura Familiar: criterios para su análisis y diferenciación. En M. L. Viteri, S. Dumrauf y S. M. Moricz (Comp.), *Mercados: diversidad de prácticas comerciales y de consumo* (pp. 125-131). Ediciones INTA.
- Casabianca, F. y Valceschini, E. (1996). *La Qualité dans l'agro-alimentaire : émergence d'un champ de recherches*. INRA.
- Castagnino, A. M., Díaz, K. E., Rogers, W. J., Rosini, M. B., González Ferrín, M. S., Berriolo, M. J., Zazzetta, M. L., Cendon, M. L., Fasciglione, G., Yommi, A., Díaz, H., García Franco, A., Marina, J., Rubel, I. (2022). Tendencias del consumo argentino de hortalizas y frutas locales "Km 0". *Horticultura Argentina*, 41(105), 61-109. <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18519342/wnra72ued>
- Cendón, M. L., Bisso Castro, V., Kemelmajer, Y. y Galeotti, P.J. (2021a). La intermediación solidaria en el abastecimiento de verduras agroecológicas en el contexto del COVID19. *Revista Brasileira de Agroecologia*, 15(4), 153-166. <https://doi.org/10.33240/rba.v15i4.23315>
- Cendón, M. L., Molpeceres, C., Zulaica, L. y Rouvier, M. (2021b). Agroecología y canales cortos en el contexto COVID-19. El caso de la horticultura marplatense. *Cuyonomics Investigaciones en Economía Regional*, 5(8), 90-108. <https://doi.org/10.48162/rev.42.036>
- Cendón, M. L., Zulaica, L., Molpeceres, C., Rouvier, M., Villagra, C. y Barral, P. (2023). Mapeo de producciones con bases agroecológicas del sudeste bonaerense. En R. Tizon (Comp.), *Experiencias Agroecológicas del Territorio. Informe de divulgación Red de Agroecología de INTA* (pp. 206-214). Ediciones INTA
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2014). *Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/36832-agricultura-familiar-circuitos-cortos-nuevos-esquemas-produccion>
- CEPAL. (2016). *Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar. Análisis de la experiencia internacional y latinoamericana*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40688-encadenamientos-productivos-circuitos-cortos-innovaciones-esquemas-produccion>
- Champredonde, M. y Muchnik, J. (2010). ¿Se hace humo el territorio del asado?: un enfoque constructivista de la calidad de los alimentos. Experiencias argentinas. En F. Arfini, S. Cernicchiaro y M. Donati (Eds.), *International EAAE-SYAL Seminar – Spatial Dynamics in Agri-food Systems*. Monte Università Parma Editore.
- Chiffolleau, Y., Brit, A. C., Monnier, M., Akermann, G., Lenormand, M. y Saucède, F. (2020). Coexistence of supply chains in a city's food supply: a factor for resilience?

- Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*, 101, 391-414. <https://doi.org/10.1007/s41130-020-00120-0>
- Craviotti, C. (2022). El fomento de los sistemas alimentarios locales. Implicaciones y controversias de las políticas de abastecimiento local de alimentos. *Temas y Debates*, (44), 137–157. <https://doi.org/10.35305/tyd.vi44.599>
- Craviotti, C. y Soleno Wilches, R. (2015). Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: Un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. *Mundo Agrario*, 16(33), 1-19. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/845/84544434001/html/index.html>
- Craviotti, C.V., Viteri, M. L., y Quinteros, G. (2021). Covid-19 y circuitos cortos de comercialización de alimentos en Argentina: El papel de los actores sociales. *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, (112), 29-49. <https://doi.org/10.32992/erlacs.10780>
- Da Silva, C. A. (2009). La configuración de los circuitos «de proximidad» en el sistema alimentario: tendencias evolutivas. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 54, 11-32.
- Dupuy, J. P., Eymard-Duvernay, F., Favereau, O., Orléan, A., Salais, R., y Thévenot, L. (1994). Introducción a la Economía de las Convenciones. En F. Eymard-Duvernay (Comp.), *Economía de las convenciones y su aplicación al estudio de las empresas y los mercados* (pp. 21-28). Asociación Trabajo y Sociedad.
- Eymard-Duvernay, F. (1994). Convenciones de Calidad y formas de coordinación. En F. Eymard-Duvernay (Comp.), *Economía de las convenciones y su aplicación al estudio de las empresas y los mercados* (pp. 151-186). Asociación Trabajo y Sociedad.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2019). *Los 10 elementos de la agroecología. Guía para la transición hacia sistemas alimentarios y agrícolas sostenibles*. FAO.
- FAO. (2023). *Mapping of territorial markets. Methodology and guidelines for participatory data collection* (3ra ed.). FAO.
- Fasulo, L. (2018). *¿Qué elegimos cuando elegimos?: Una construcción de la calidad desde la mirada de los consumidores de hortalizas de las ferias de la UNLP* [Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata]. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1646/te.1646.pdf>
- Fonte, M., (2013). Food consumption as social practice: solidarity purchasing groups in Rome, Italy. *Journal of Rural Studies*, (32), 230-239. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.07.003>.
- Frank, M., Kaufmann, B., Ejarque, M., Lamaison, M. G., Nessi, M. V. y Amoroso, M. M. (2022). Changing Conditions for Local Food Actors to Operate Towards Agroecology During the COVID-19 Pandemic. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 6. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2022.866004>
- Gasselin, P., Lardon, S., Cerdan, C., Loudiyi, S. y Sautier, D. (2020). The coexistence of agricultural and food models at the territorial scale: an analytical framework for a research agenda. *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*, 101(2-3), 339–361. <https://doi.org/10.1007/s41130-020-00119-7>

- Gasselin, P., Lardon, S., Cerdan, C., Loudiyi, S. y Sautier, D. (Coord.). (2021). *Coexistence et confrontation des modèles agricoles et alimentaires. Un nouveau paradigme du développement territorial?* Éditions Quæ.
- Gazzolla, M. y Schneider, S. (2017). *Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar*. Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).
- Gilly, J. P. y Torre, A. (2000). Proximidad y dinámicas territoriales. En F. Boscherini y L. Poma (Comp.), *Territorio, conocimiento y competitividad de las empresas: el rol de las instituciones en el espacio global* (pp. 259-294). Miño y Dávila Editores.
- Goodman, D. (2004). Rural Europe redux? Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change. *Sociologia ruralis*, 44(1), 3-16. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2004.00258.x>
- Graziano da Silva, J., Jales, M., Rapallo, R., Díaz-Bonilla, E., Girardi, G., del Grossi, M., Luiselli, C., Sotomayor, O., Rodríguez, A., Rodrigues, M., Wander, P., Rodríguez, M., Zuluaga, J. y Pérez, D. (2021). *Sistemas alimentarios en América Latina y el Caribe - Desafíos en un escenario pospandemia*. FAO y CIDES. <https://doi.org/10.4060/cb5441es>
- Hyland, J., Crehan, P., Colantuono, F. y Macken-Walsh, Á. (2019). The Significance of Short Food Supply Chains: Trends and Bottlenecks from the SKIN Thematic Network. *Studies in Agricultural Economics*, 121(2), 59-66. <https://doi.org/10.7896/j.1904>
- Ischia, C. y Piscione, C. (2020). Estrategias de comercialización directa de la agricultura familiar en el contexto de Covid-19. *Visión Rural*, 27(133), 23-31.
- Lacaze, M. V. y Lupín, B. (2022). *Residentes urbanos del Partido de General Pueyrredon: hábitos de consumo de verduras y frutas frescas en el hogar, otros hábitos saludables y aspectos socioambientales*. FCEyS, FCA, ESM, FCEyN, FH, UNMDP.
- Loconto, A., Jimenez, A., Vandecandelaere, E., y Tartanac, F. (2018). Agroecology, local food systems and their markets. *Ager: Journal of depopulation and rural development studies*, 2(25), 1342. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01966250/document>
- Marsden, T., Banks, J. y Bristow, G. (2000). Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424-438. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>
- Molpeceres, C., Zulaica, L., Rouvier, M. y Cendón, M. L. (2020). Cartographies and characterization of agro-ecological experiences in the Horticultural Belt of General Pueyrredon District. *Horticultura Argentina*, 39(100), 232-248. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/139724>
- Mosse, L. (2019). Organizaciones de intermediación solidaria en el área metropolitana de Buenos Aires. En M. L. Viteri, S. Dumrauf y M. Moricz (Comp), *Mercados: Diversidad de Prácticas Comerciales y de Consumo* (pp. 125-131). Ediciones INTA.
- Murdoch, J., Marsden, T. K. y Banks, J. (2000). Quality, nature, and embeddedness: Some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geography*, 76(2), 107-125. <https://doi.org/10.2307/144549>

- Niederle, P. (2023). *Políticas alimentares integradas e a construção de sistemas alimentares saudáveis, sustentáveis justos*. Sociologia das Práticas Alimentares (SOPAS)
- Pastore, R. (2020). Circuitos socioeconómicos y emergencia alimentaria. Una agenda transformadora y democrática para el desarrollo popular y solidario. *Revista de Ciencias Sociales, Segunda época, 11(37)*, 45-63. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3548>
- Raton, G., Goncalves, A., Gaillard, L., y Wallet, F. (2020). *Logistique des circuits courts alimentaires de proximité: état des lieux, nouveaux enjeux et pistes d'évolution, Rapport pour la Fondation Carasso et le RMT Alimentation Locale* (Tesis doctoral, Institut Français des Sciences et Technologies des Transports, de l'Aménagement et des Réseaux [IFSTTAR]).
- Renting, H., Marsden, T. y Banks J. (2003). Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A, 35*, 393411.
- Renting, H., Schermer, M., y Rossi, A. (2012). Building food democracy: exploring civic food networks and newly emerging forms of food citizenship. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food, 19(3)*, 289-307.
- Riveros, H. y Heinrichs, W. (2014). *Valor agregado en los productos de origen agropecuario Aspectos conceptuales y operativos*. IICA.
- Rodríguez, J., Cendón, M. L., Puchi, M., y Heit, M. (2022). *Caracterización de los consumidores de alimentos agroecológicos del Sudeste Bonaerense*. XV Jornadas Nacionales de Investigadores en Economías Regionales. FAUBA.
- Sanchez, J. L. (2009). Redes alimentarias alternativas: concepto, tipología y adecuación a la realidad española. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles, 49*, 185-207. <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/781>
- Santini, S. y Ghezán, G. (2022). Importancia de las TIC en circuitos cortos de comercialización de alimentos. *Rivar, 9(26)*, 249-266. <http://dx.doi.org/10.35588/rivar.v9i26.5588>
- Santini, S., Cendón, M. L. y Bruno, M. (2022). *Canales cortos de comercialización. Las TIC en pandemia y postpandemia*. XV Jornadas Nacionales de Investigadores en Economías Regionales. FAUBA.
- Sanz-Cañada, J. y Yacamán-Ochoa, C. (2022). Logística y Distribución Asociativa Para el Salto de Escala. En T. G. Azcárate, J. Sanz y D. López, *Libro Blanco sobre la Alimentación Sostenible en España* (pp. 212-227). Fundación Carasso y Fundación Alternativas.
- Sanz-Cañada, J. y Muchnik, J. (2016). Geographies of origin and proximity: Approaches to local agro-food systems. *Culture and History Digital Journal, 5(1)*, 1-19. <https://cultureandhistory.revistas.csic.es/index.php/cultureandhistory/article/view/89>
- Sili, M. (2018). *Gobernanza territorial. Problemáticas y desafíos de la planificación y la gestión territorial en el contexto de la globalización*. Universidad de Salento.
- Soler Montiel, M. y Calle Collado, A. (2010). Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de alimentación en Andalucía. En *Patrimonio Cultural en la Nueva Ruralidad Andaluza* (pp. 258-283). Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.

- Sonnino, R., y Marsden, T. (2006). Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of economic geography*, 6(2), 181-199. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbi006>
- Sylvander, B. (1995). Conventions de qualité et institutions: le cas des produits de qualité spécifique. En *Agro - alimentaire: une économie de la qualité* (pp. 167-184). Institut National de la Recherche Agronomique (INRA) Editions.
- Tittonell, P., Fernandez, M., El Mujtar, V. E., Preiss, P. V., Sarapura, S., Laborda, L., Mendonça, M. A., Alvarez, V. E., Fernandes, G. B., Petersen, P. y Cardoso, I. M. (2021). Emerging responses to the Covid-19 crisis from family farming and the agroecology movement in Latin America – A rediscovery of food, farmers and collective action. *Agricultural Systems*, 190, 103098. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2021.103098>.
- Torre, A. y Talbot, D. (2018). Proximités : retour sur 25 années d'analyse. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, (5), 917-936. <https://doi.org/10.3917/reru.185.0917>
- Torre, A. y Traversac, J. B. (Eds.). (2011). *Territorial governance. Local development, rural areas and agrofood systems*. Springer Science & Business Media.
- Touzard, J. M., y Fournier, S. (2014). La complexité des systèmes alimentaires: un atout pour la sécurité alimentaire? [*VertigO*] *La revue électronique en sciences de l'environnement*, 14(1), 1-16. <https://doi.org/10.4000/vertigo.14840>
- Tregear, A. (2011). Progressing knowledge in alternative and local food networks: Critical reflections and a research agenda. *Journal of rural studies*, 27(4), 419-430. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2011.06.003>
- Van der Ploeg, J. D., Renting, H., Brunori, G., Knickel, K., Mannion, J., Marsden, T., de Roest, K., Sevilla-Guzmán, E. y Ventura, F. (2000). Rural development: from practices and policies towards theory. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 391-408. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00156>
- Viteri, M. L., Abdala, J. C., Vittar, C. y Quinteros, G. (2021). Distribución local de alimentos en tiempos de pandemia. *Horticultura Argentina*, 40(101), 59-71. <https://www.horticulturaar.com.ar/es/articulos/distribucion-local-de-alimentos-en-tiempos-de-pandemia.html>
- Wilkinson, J. (2019). *Large-scale forces, global tendencies and rural actors in the light of the Sustainable Development Goals (SDG)*. FAO.
- Wilkinson, J. (2023). *O mundo dos alimentos em transformação. Mesmos pratos. Novos ingredientes, processos e atores*. Ediyora e Livraria Appris Ltda.
- Zapata, E., Rovirosa, A. y Carmuega, E. (2016). Cambios en el patrón de consumo de alimentos y bebidas en Argentina, 1996-2013. *Salud Colectiva*, 12(4), 73-86. <https://revistas.unla.edu.ar/saludcolectiva/article/view/936>
- Zuluaga-Sánchez, G. P., Catacora-Vargas, G. y Siliprandi, E. (Coord.). (2018). *Agroecología en femenino: Reflexiones a partir de nuestras experiencias*. SOCLA.