

DOSSIER

La sostenibilidad de circuitos cortos de comercialización. Reflexiones a partir de la caracterización de los consumidores agroecológicos del sudeste de la provincia de Buenos Aires

Short food supply chain sustainability. Reflections based on agroecological consumers characterization in the South-East of Buenos Aires province

Julieta A. Rodriguez

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Mar del Plata
jarodriguez@mdp.edu.ar

María Laura Cendón

Instituto de Innovación para la Producción Agropecuaria y el Desarrollo Sostenible (IPADS) Balcarce, Estación Experimental Agropecuaria Balcarce, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y CONICET | Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata
cendon.maria@inta.gob.ar

Alejandra Etcheverriborde

Instituto de Innovación para la Producción Agropecuaria y Desarrollo Sostenible (IPADS), Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y CONICET | Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Mar del Plata
etcheverriborde.ma@inta.gob.ar

Marcos Puchi

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata
marcospuchi@mdp.edu.ar

Fecha de recepción: 10/9/2024. Fecha de aceptación: 29/10/2024



URL de la revista: revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/cuyonomics
ISSN 2591-555X
Esta obra es distribuida bajo una Licencia Creative Commons
Atribución No Comercial – Compartir Igual 4.0 Internacional

Resumen

En los últimos años en el sudeste bonaerense se han multiplicado las experiencias de producción agroecológicas por la confluencia de diferentes razones. Entre ellas se destacan una mayor conciencia por el cuidado del ambiente y la preocupación de los consumidores por la inocuidad de los alimentos. El objetivo de este trabajo es caracterizar a los consumidores de alimentos agroecológicos de General Pueyrredon y Balcarce que conforman circuitos cortos de comercialización agroecológica, reflexionando sobre el rol de estos en su sostenibilidad. Con tal fin se implementó una encuesta a consumidores de alimentos agroecológicos (628 casos). Los principales resultados indican que los motivos por los que los consumidores adquieren alimentos agroecológicos están vinculados a que son inocuos, libres de agroquímicos y que se producen cuidando el ambiente. Además, para la adquisición de estos alimentos se priorizan circuitos cortos de comercialización mediante la compra directa al productor o comercializadoras solidarias.

Palabras clave: agroecología, consumo, proximidad, territorio

Abstract

In recent years, in the Southeast of Buenos Aires province, agroecological production experiences have multiplied due to the confluence of different reasons. Among them, a greater awareness of environmental protection and consumer concern for food safety stand out. The objective of this work is to characterize agroecological food consumers in General Pueyrredon and Balcarce who make up short agroecological marketing circuits, reflecting on their role in the sustainability of these. To this end, a survey of agroecological food consumers (628 cases) was implemented. The main results indicate that the reasons why consumers buy agroecological food are linked to the fact that they are safe, free of agrochemicals and produced with care for the environment. In addition, for the acquisition of these foods, short marketing circuits are prioritized through direct purchase from the producer or solidarity marketers.

Keywords: agroecology, consumption, proximity, territory

Journal of Economic Literature (JEL): Q1, R1, Z1

Introducción

En Argentina, la producción de alimentos ha sido históricamente la base del desarrollo socioeconómico. A nivel internacional juega un papel relevante como productor y exportador de una amplia gama de alimentos provenientes de regiones que representan diferentes aptitudes agroecológicas (Ministerio de Agroindustria, 2016). Una de las principales zonas productivas del país es el sudeste de la provincia de Buenos Aires (SEBA). Las condiciones edafológicas y climáticas que presenta el SEBA posibilitan la producción de una amplia variedad de cultivos extensivos e intensivos. Particularmente, en el Partido de General Pueyrredon se sitúa uno de los principales cinturones frutihortícolas del país. En él se producen más de cuarenta especies hortícolas y ocupa aproximadamente 14 000 hectáreas, de las cuales se destina el 60 % a verduras y hortalizas y el resto al cultivo de papa (Lacaze et al., 2014).

Los modelos de producción empleados en las últimas décadas se han puesto en discusión porque producen una explotación excesiva de los recursos naturales, con una creciente incorporación de fertilizantes químicos y pérdida de materia orgánica en los suelos (Sainz Rozas et al., 2019). También los impactos negativos se dan desde la arista social, ya que genera la exclusión de pequeños y medianos productores, la precarización del trabajo asalariado y el surgimiento de desigualdades entre espacios geográficos (Craviotti, 2022). De este modo, la agroecología constituye una alternativa sustentable que fomenta la agricultura local y los circuitos cortos de comercialización, lo que favorece a quienes producen y consumen (Alvarez et al., 2021). Los circuitos cortos de comercialización (CCC) son definidos como aquellas interacciones de producción, comercialización y consumo de alimentos que poseen una calidad específica, proximidad comercial, proximidad organizativa y geográfica y gobernanza territorial. Estas dimensiones juegan un papel clave en la valorización y significado de los alimentos que se producen y distribuyen en estas experiencias (Cendón et al., 2023).

En el SEBA han emergido experiencias que refieren a prácticas de producción más sustentables, como las agroecológicas, y que incorporan la comercialización directa y local de alimentos, así como de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) vía pagos electrónicos, páginas web y, fundamentalmente, redes sociales, junto con la entrega a domicilio, los puntos de retiro y los nodos de consumo (Cendón et al., 2021). Así, se generan y fortalecen redes de producción, comercialización y consumo que aportan a la soberanía alimentaria y promueven

nuevas formas de gobernanza, como los sistemas participativos de garantía (SPG) (Etcheverriborde et al., 2023). Los SPG son herramientas construidas y acordadas localmente para valorizar y dar garantías de calidad a los alimentos. Basados en la confianza y el intercambio de saberes, contemplan la participación y el compromiso de quienes producen alimentos, consumen y forman parte de organismos públicos u organizaciones sociales (IFOAM, 2008; Cuellar Padilla, 2011; Etcheverriborde et al., 2022; Fernández, 2023). Constituyen una herramienta que traduce una filosofía, un modo de entender las relaciones entre producción y consumo (Cuellar Padilla, 2011). Implican la generación y el fortalecimiento de una red colaborativa entre diversos actores territoriales para construir relaciones de proximidad, compromiso y apoyo mutuo que promuevan el intercambio de saberes, prácticas y conocimientos. Aquí se reconoce el rol clave que imprimen en el movimiento agroecológico y en la implementación de SPG, a partir de sus decisiones cotidianas, quienes consumen. Tanto la mitigación de los impactos negativos ambientales como el incremento de los impactos positivos sociales y ambientales son un fuerte aspecto ético del consumo responsable que es exigido por diversos actores de la sociedad (Chaparro-Africano y Franco-Chocue, 2020). El consumo responsable implica la elección de productos y servicios no solo por su calidad y su precio, sino también por su impacto ambiental y social y por la conducta de quienes los elaboran (Nicola et al., 2019). La tendencia manifestada por los consumidores durante los últimos años se caracteriza por una mayor concientización acerca de adoptar una alimentación y hábitos saludables y cuidadosos del ambiente, la elección de productos y de formas de intercambio relacionados con el propio territorio y el respeto por los valores sociales y culturales (Rodríguez et al., 2022).

En Argentina se identifican trabajos que han caracterizado el perfil de los consumidores, como el de Rodríguez et al. (2002) sobre consumidores orgánicos en las ciudades de Buenos Aires, Córdoba y Mar del Plata durante junio/julio del 2002. Como resultado se encontró que el motivo fundamental para la compra de estos productos es la salud: el 60 % de los consumidores reconoce a los productos como orgánicos por las marcas, etiquetas o certificaciones, mientras que el 40 % restante lo adquiere por la confianza en quien los produce o abastece. Con relación a aquellos que logran reconocer los productos, se los asocia con un perfil de consumidor relativamente joven, con un mayor nivel de educación y de ingresos.

En 2013, Caracciolo Basco realizó un estudio de los consumidores en la Feria Manos de la Tierra, que une a la Universidad Nacional de La Plata con los productores del cinturón hortícola, y destacó a las mujeres como el tipo de consumidora dominante, responsable de las tareas de cuidado familiar, entre las cuales la compra de alimentos es una actividad preponderante. La mayoría de los consumidores valoran la feria por la calidad y frescura de sus productos (Caracciolo Basco, 2013).

En 2018 se realizó un estudio, en el área de Rosario, de análisis de las características de consumo del modelo agroecológico en dicha zona. La investigación de

Nicola et al. (2019) fue orientada a conocer las razones de elección de productos agroecológicos, en relación con el grado de politización o consumo responsable de los distintos canales de comercialización. De carácter cualitativa, se encontró que, en los espacios de oferta de productos agroecológicos menos politizados, las principales motivaciones para el consumo son la salud, el valor nutricional y la calidad de los alimentos. Por su parte, Alvarez et al. (2021) caracterizan al consumidor de productos agroecológicos e indagan sobre los motivos de consumo en el Área Metropolitana de Buenos Aires en 2020; señalan que este perfil se encuentra conformado por un nivel educativo alto y socioeconómico medio/alto, factores determinantes para la forma de acceso a los alimentos. Por su parte, Fasulo et al. (2019) y Velarde et al. (2021) estudiaron a los consumidores en dos tipos de circuitos cortos en La Plata (feria y bolsones) y destacan los siguientes motivos: dimensiones relacionadas con la mejora de la salud, porque están libres de agroquímicos, por su contenido de vitaminas y minerales, por el contenido nutricional y para prevenir enfermedades.

Otros autores han trabajado en el marco de la pandemia por COVID-19, que llevó al cierre de espacios presenciales de venta directa de familias productoras a personas consumidoras, y su resignificación en el marco de las medidas de aislamiento y distanciamiento social. Es el caso de Fingerhann et al. (2023), que relevan las motivaciones que guían las compras de las personas consumidoras, así como las razones por las que ya no consumen en la comercializadora La Justa de la ciudad de La Plata (Buenos Aires). El consumo aquí no estaba asociado unilateralmente a su carácter agroecológico: a la hora de comprar priorizaban el precio (54 %) y la practicidad (46 %) asociada a las ventajas que representa la proximidad.

En función de los antecedentes relevados, el presente estudio pretende aportar información sobre los consumidores agroecológicos en los territorios que comprenden el sudeste bonaerense.

Hacia 2021, a partir de un proyecto de extensión universitaria¹ y con el objetivo de construir un SPG, se consolidó una red conformada por personas que producen y aplican el enfoque agroecológico, organizados en grupos, cooperativas y ferias; experiencias de comercialización-consumo, nodos de consumo y un conjunto de actores institucionales, como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP), el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), el Colegio de Ingenieros Agrónomos y Forestales de la provincia de Buenos Aires (CIAFBA) y representantes de municipios del sudeste de la provincia de Buenos Aires. Las preguntas de investigación que moti-

1 Fue denominado "Sistemas Participativos de Garantías: hacia la promoción de sistemas alimentarios agroecológicos del Partido de General Pueyrredón". En 2023, como proyecto de extensión consolidado, fue renombrado "Valorización de Sistemas Alimentarios Agroecológicos: Proceso de construcción del Sistema Participativo de Garantía del Sudeste Bonaerense". Ambos proyectos fueron aprobados y financiados por la UNMdP.

varon este estudio fueron: ¿qué características presentan los consumidores de alimentos agroecológicos?, ¿cuáles son sus preferencias y hábitos de consumo?, ¿les preocupa el cuidado del ambiente?, ¿qué conocimientos tienen sobre los SPG?, ¿les importan los procesos sociorganizacionales y el desarrollo del territorio en el que están insertos?

El objetivo general de este trabajo es caracterizar a los consumidores de alimentos agroecológicos de General Pueyrredon y Balcarce, que conforman circuitos cortos de comercialización agroecológica, reflexionando sobre el rol que cumplen en su sostenibilidad. El presente estudio expone los resultados de una investigación exploratoria realizada en General Pueyrredon y Balcarce vía redes sociales, tras la demanda de productores y comercializadoras que participan de la red SPG Sudeste Bonaerense. El trabajo se organiza de la siguiente manera: en primer lugar, se expone la metodología empleada para la toma de datos y para su análisis; luego, se presentan los resultados obtenidos y la discusión; para finalizar, las conclusiones del trabajo y futuras líneas de investigación.

Metodología

Toma de datos

Para la recolección de los datos se confeccionó un formulario de encuesta de forma conjunta con productores y comercializadores de alimentos agroecológicos en el sudeste bonaerense. El formulario fue sometido a una revisión de expertos en relevamiento primario de datos y luego fue validado mediante una prueba piloto. Los datos se recabaron entre el 1 de diciembre de 2021 y el 31 de marzo de 2022.

La encuesta se realizó de forma online —autoadministrada— y se instrumentó a través de *googleform*, una de las aplicaciones para la instrumentación de encuestas online más recomendadas (Abundis Espinosa, 2016). Estos instrumentos de recolección de datos se utilizan desde hace años, pero su empleo se intensificó durante y luego de la pandemia por COVID-19 (Frank y Amoroso, 2022; Lacaze y Lupín, 2022). Estas herramientas que provee la tecnología deben estar respaldadas por un soporte teórico-metodológico consistente para que los datos recabados sean válidos y tengan sentido para quien investiga (Cuenca y Schettini, 2020). La encuesta fue distribuida vía correo electrónico y redes sociales (Whatsapp, Instagram, Facebook) por los propios productores y las comercializadoras, tanto a los consumidores frecuentes como a aquellos que dejaron de consumir alimentos agroecológicos pero que alguna vez lo hicieron.

El cuestionario estaba dividido en tres bloques: 1. Consumo de alimentos agroecológicos; 2. Sistemas Participativos de Garantías; 3. Características socioeconómicas. A través del primer bloque se pretendió recabar información sobre las preferencias y los hábitos de consumo de los consumidores de alimentos agroecológicos. En

el segundo bloque se indagó sobre el conocimiento y la valoración de los SPG. Por último, en el tercer bloque se consultó sobre las características socioeconómicas y demográficas de las personas encuestadas.

Análisis de datos

Se obtuvieron respuestas de 628 personas, de las cuales se emplearon en este trabajo 498, que corresponden a personas que viven en Gral. Pueyrredon o Balcarce, partidos ubicados en el SEBA. El resto de los casos se descartaron por ser encuestados que viven en ciudades que no forman parte del SEBA.

El formulario de encuesta contenía preguntas cerradas y abiertas. Algunas de las preguntas cerradas eran de respuesta única y otras, de respuesta múltiple. Las respuestas de las preguntas abiertas fueron sistematizadas en categorías para poder ser estudiadas. Los datos se analizaron mediante estadísticos descriptivos básicos. Las preguntas de elección fueron transformadas en variables categóricas nominales y se calcularon frecuencias relativas.

Resultados y discusión

Se obtuvieron 498 respuestas válidas, 427 de General Pueyrredon y 71 de Balcarce, es decir, que correspondían a personas de 18 años o más, con decisión en la compra o en la preparación de alimentos de su hogar, que consumían (o lo habían hecho en algún momento) alimentos agroecológicos y que eran residentes de los partidos General Pueyrredon o Balcarce.

A continuación se presenta la caracterización de la muestra (tabla 1). Entre los encuestados se observa un predominio de mujeres (85,34 %) y del rango etario de entre 35 y 59 años de edad (59,24 %). Con respecto al nivel de educación formal, la mayoría de los encuestados posee nivel superior completo (68,88 %). En cuanto a la situación ocupacional, el 51,81 % indicó ser empleado, es decir, trabajar bajo relación de dependencia. En cuanto a la conformación de los hogares, el 54,22 % indicó que no convive con niños ni adolescentes (menores de 18 años) y con respecto a la cantidad de personas en el hogar, se obtuvieron proporciones similares (46,79 %) para las categorías 1-2 personas y 3-4 personas.

Las características de los encuestados son similares a las halladas por Alvarez et al. (2021): predominio de mujeres adultas-jóvenes y nivel educativo superior completo.

Tabla 1. Caracterización de la muestra

Variables/ Categorías	Frecuencias relativas (%)
Género	
Femenino	85,34
Masculino	13,86
Otro	0,40
Prefiero no responder	0,40
Edad	
18-34 años	27,91
35-59 años	59,24
Más de 59 años	12,85
Nivel de educación formal	
Primario completo	3,41
Secundario completo	27,71
Superior completo	68,88
Situación ocupacional	
Empleado/a	51,81
Emprendedor/a	16,06
Empresario/a	5,02
Estudiante	5,22
Jubilado/a o pensionado/a	11,85
Me ocupo de las tareas de cuidados	3,82
Desocupada/o	2,81
Hago changas/empleos informales o subempleos	3,41
Tamaño del hogar	
1-2 integrantes	46,79
3-4 integrantes	46,79
Más de 4 integrantes	6,43
Integrantes del hogar menores de 18 años	
Sin integrantes	54,22
1-2 integrantes	40,56
3-4 integrantes	4,62
Más de 4 integrantes	0,60
Partido de residencia²	
Balcarce	14,26
General Pueyrredon	85,74

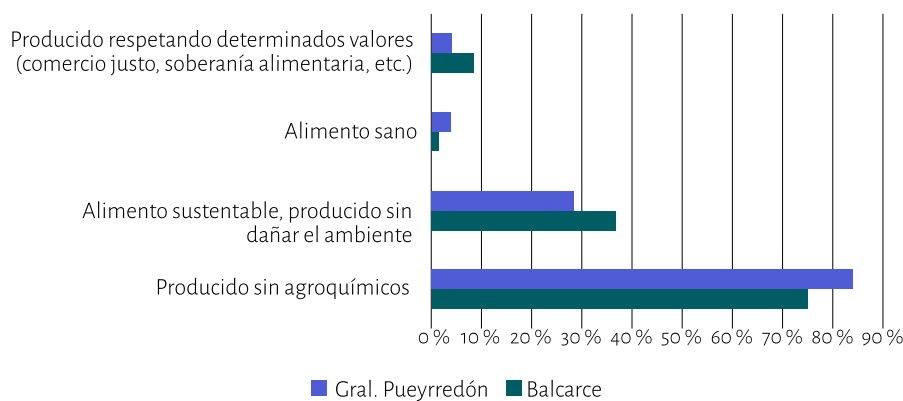
Fuente: elaboración propia con base en encuesta de alimentos agroecológicos (2022).

2 Según el último Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) en el año 2022, la población total del partido de General Pueyrredon era de 667 082 habitantes y la de Balcarce, 48 982 (INDEC, 2022).

Consumo de alimentos agroecológicos

Considerando que la encuesta se refería al consumo de alimentos agroecológicos se preguntó a los consumidores qué entendían por ello. Esta pregunta era abierta, por lo que las respuestas se sistematizaron, con base en los conceptos volcados por los consumidores, en cuatro categorías (figura 1). Mayormente respondieron, tanto en General Pueyrredon como en Balcarce, que son alimentos producidos sin agroquímicos. Algunas de las expresiones vertidas por los consumidores fueron: “es un alimento libre de agroquímicos, producido de manera armónica con el medio ambiente”, “aquel para cuyo desarrollo y comercialización se respeta el curso de la naturaleza, sin agregar elementos tóxicos y cuidando a las personas de la cadena de producción y comercialización”, “alimento sano y seguro de consumir, producido en armonía con el medio ambiente”, “que se produce fomentando la diversidad biológica, promoviendo la sustentabilidad económica, social y ambiental”.

Figura 1. Definición de alimento agroecológico



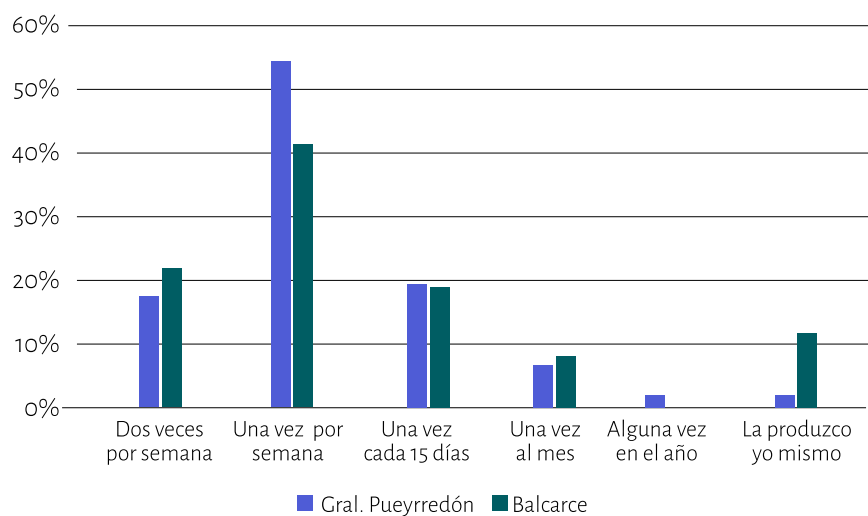
Fuente: elaboración propia con base en encuesta de alimentos agroecológicos (2022).

Los principales conceptos vinculados a alimentos agroecológicos en esta encuesta son similares a los hallados por Fasulo et al. (2019) en un trabajo similar realizado en la ciudad de La Plata (provincia de Buenos Aires): no utilizan agroquímicos, son saludables, provienen de una producción sustentable y promueven la soberanía alimentaria. Asimismo, en un trabajo realizado por Lupin et al. (2019) en residentes de Mar del Plata sobre las percepciones de los consumidores respecto de los riesgos asociados al contenido de agroquímicos en las verduras frescas, hallaron que la mayoría de los consumidores considera altamente riesgoso y preocupante el contenido de agroquímicos en las verduras frescas. Por su parte, Castagnino et al. (2022) destacan que los consumidores de circuitos cortos entienden la alimentación no solo como una forma de satisfacer necesidades de alimentación básica,

sino también como una fuente de sabor, salud, sustentabilidad, biodiversidad y de mayor seguridad alimentaria.

De los 498 casos válidos, que indicaron que consumen o han consumido alimentos agroecológicos, 477 personas (411 de General Pueyrredon y 66 de Balcarce) dijeron consumir actualmente. Considerando ese número, a continuación se presenta la frecuencia de compra de alimentos agroecológicos, donde puede observarse que el 55 % de los consumidores de General Pueyrredon y el 41 % de los de Balcarce indicaron que compran estos alimentos una vez por semana (figura 2), posiblemente asociado a la metodología de venta de bolsones agroecológicos³ semanales que realizan las comercializadoras de la zona. Además de comprar alimentos agroecológicos, el 22 % de los consumidores de General Pueyrredon y el 36 % de los consumidores de Balcarce manifestaron producir ellos mismos alimentos agroecológicos. Esta categoría de consumidor es denominado prosumidor (Leoni, 2021) debido a que priorizan las interacciones, intercambios y sinergias con otros productores, consumidores y espacios de producción y comercialización de alimentos. Aspecto o dimensión clave que contribuye al sostenimiento de los CCC.

Figura 2. Frecuencia de compra de alimentos agroecológicos



Fuente: elaboración propia con base en encuesta de alimentos agroecológicos (2022).

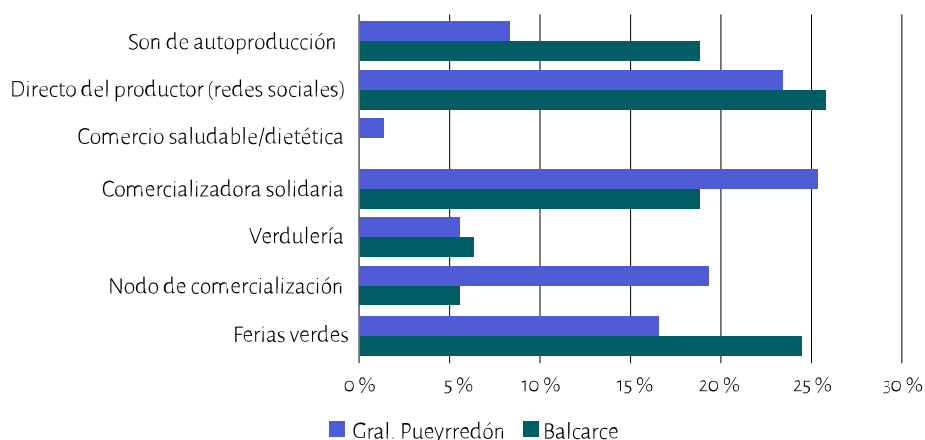
Posteriormente, se indagó sobre el lugar de compra, pregunta que admitía múltiples respuestas (figura 3). El principal lugar de compra elegido por los con-

3 Se entiende por “bolsón agroecológico” a una bolsa de alimentos agroecológicos —principalmente verduras y hortalizas— que contiene variedades y cantidades determinadas de alimentos, principalmente de estación y comercializados en el área de influencia de la zona de producción.

sumidores de General Pueyrredon fue a través de comercializadoras solidarias⁴, mientras que los consumidores de Balcarce lo hacen por medio de compra directa al productor mediante las redes sociales. Vinculado a estos resultados, Bellacomo et al. (2020) realizaron un estudio referido a producciones vegetales intensivas de alimentos saludables y hallaron que uno de cada tres encuestados prefiere adquirir los alimentos en las quintas locales y a través de bolsones enviados a domicilio.

De quienes indicaron que compran alimentos una vez por semana, el 63 % y el 55 % lo hacen mediante comercializadoras solidarias (bolsones agroecológicos) en General Pueyrredon y Balcarce, respectivamente.

Figura 3. Lugar de compra de alimentos agroecológicos



Fuente: elaboración propia con base en encuesta de alimentos agroecológicos (2022).

En la ciudad de Balcarce también se indicaron como uno de los principales lugares de compra las ferias verdes. Este resultado es similar al obtenido por Fasulo et al. (2019), en cuyo trabajo hay una preponderancia por la adquisición de alimentos agroecológicos en las ferias verdes de la ciudad de La Plata.

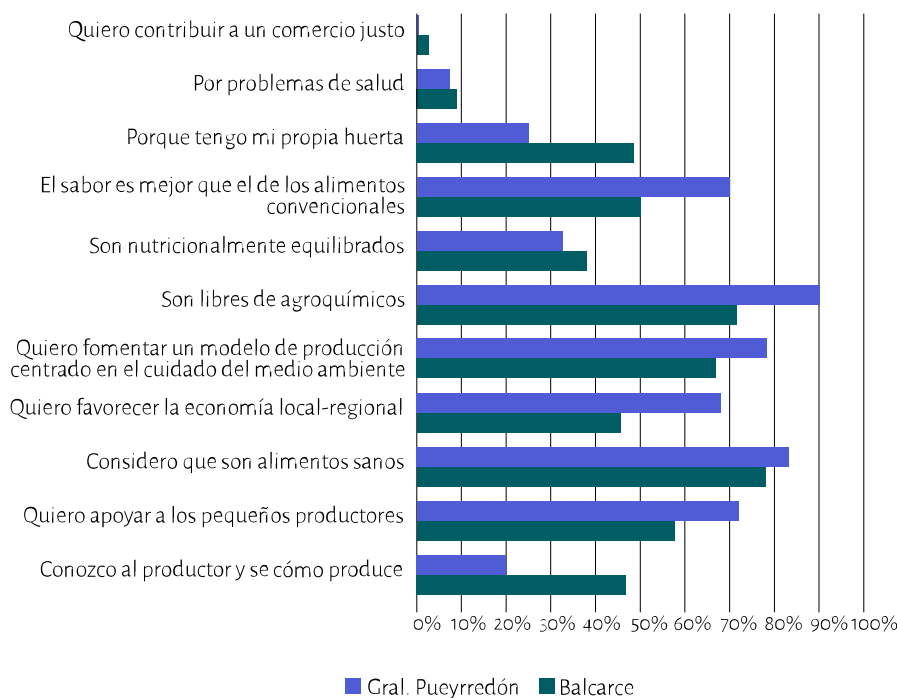
La accesibilidad a internet por gran parte de la población y el auge de las redes sociales han propiciado el *e-commerce* en los últimos años. Los alimentos agroecológicos no están exentos de esta tendencia mundial. Como puede observarse en la figura 3, la compra directa a quien produce —mediante redes sociales— y a las comercializadoras solidarias —que se realizan por Whatsapp o Instagram— es el canal de comercialización más empleado por los consumidores de General Pueyrredon. En la actualidad, la digitalización constituye una de las principales herramien-

⁴ Las “comercializadoras solidarias” son un tipo de CCC identificados en el SEBA (Cendón et al., 2023). Estas realizan conexiones con productores y elaboradores ubicados principalmente en la misma zona, pero también comercializan productos extra locales para contar con una oferta diversificada de alimentos.

tas para minimizar los costos de producción y reducir la huella ecológica; también ayuda a incrementar la accesibilidad de los consumidores a los alimentos sostenibles (Sanz-Cañada y Yacaman-Ochoa, 2022).

Asimismo, también se preguntó desde cuándo consumen alimentos agroecológicos. En General Pueyrredon el 54 % de los consumidores dijo que los consumen hace entre uno y cinco años; el 21 %, hace más de cinco años, y el 16 % hace un año. Por su parte, los consumidores de Balcarce indicaron que el 44 % lo hace entre uno y cinco años; el 33 %, hace más de cinco años, y el 15 % hace un año. Estos datos coinciden con el relevamiento georreferenciado de producciones con bases agroecológicas en el sudeste bonaerense, que indica que un 88 % de los productores relevados desarrolla estas prácticas hace alrededor de cinco años (Cendón et al., 2023). Se observa, de esta forma, el rol clave que tienen los consumidores con sus decisiones de compra sobre el movimiento agroecológico en la región.

Figura 4. Motivos por los que consumen alimentos agroecológicos



Fuente: elaboración propia con base en encuesta de alimentos agroecológicos (2022).

Durante la pandemia por COVID-19, el 33 % de los consumidores de General Pueyrredon y el 45 % de los de Balcarce mantuvieron su consumo de alimentos agroecológicos, mientras que el 23 % y el 15 %, respectivamente, aumentó su consumo. En esta encuesta no se indagó sobre los motivos por los que los consumidores experi-

mentaron —o no— un aumento del consumo de alimentos agroecológicos durante la pandemia. Sin embargo, en otro estudio referido al consumo de frutas y verduras realizado en General Pueyrredon hallaron que el aumento se debió a que los consumidores contaban con más tiempo para acondicionar y preparar los alimentos, para implementar una dieta equilibrada y cuidar la salud (Lacaze y Lupin, 2022).

Con respecto a los motivos por los que consumen alimentos agroecológicos — respuesta múltiple— puede observarse que los tres principales son similares: porque son libres de agroquímicos (90 % en General Pueyrredon y 71 % en Balcarce), porque consideran que son alimentos sanos (83 % y 77 %, respectivamente) y porque quieren fomentar un modelo de producción centrado en el cuidado del ambiente (78 % y 67 %, respectivamente).

Sistemas participativos de garantía a través de las dimensiones de los CCC

En el marco de la construcción del SPG del sudeste bonaerense resultaba oportuno indagar sobre el conocimiento de los consumidores sobre los SPG y la garantía de los alimentos que consumen. En este trabajo, se consideró a los SPG como un caso de CCC, ya que en él pueden identificarse las cinco dimensiones de los CCC: proximidad comercial, proximidad geográfica, proximidad organizativa, calidad y gobernanza territorial (Cendón et al., 2023).

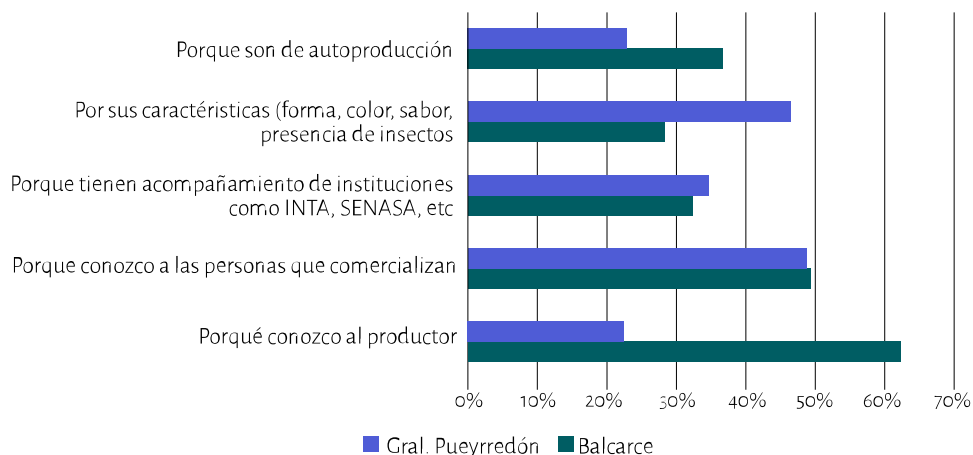
Los consumidores de General Pueyrredon indicaron que saben que los alimentos son agroecológicos principalmente porque conocen a las personas que los comercializan (49 %) y por sus características: forma, color, sabor, presencia de insectos (46 %) (figura 5). Aquí se pueden identificar dos dimensiones de los CCC: proximidad comercial y calidad de los alimentos. La proximidad comercial hace referencia al número de intermediarios entre productores y consumidores; se considera que existe proximidad cuando la compra es directa al productor o interviene como máximo un intermediario. En ese caso, las comercializadoras solidarias son el único intermediario que media entre quienes producen y quienes consumen.

Asimismo, la calidad de los alimentos puede ser interpretada como una construcción social en un contexto histórico y socioeconómico determinado, ya que se trata de un conjunto de reglas sobre un producto que son aceptadas por una comunidad, han sido elaboradas por sus miembros a partir de sus interacciones y contribuyen a coordinar las transacciones del conjunto de actores involucrados (Champredonde y Muchnik, 2010). En los CCC los alimentos que se intercambian están basados en relaciones de confianza y no en certificaciones del mundo industrial o en los precios del mercado. De esta forma, la calidad de los alimentos que se

comercializan puede incluir características del proceso de producción o referidas a características naturales o agroecológicas, características diferenciales del lugar de producción —tradiciones gastronómicas, condiciones naturales o culturales— o a determinadas dietas —vegetarianas, veganas, keto, etc.— (Cendón et al., 2023).

Por su parte, en la ciudad de Balcarce las opciones más elegidas fueron: porque conozco al productor (62 %) y porque conozco a las personas que comercializan (49 %). En este caso, vuelve a estar presente la proximidad comercial pero también se encuentra la proximidad geográfica, que abarca relaciones cara a cara entre productor y consumidor, y, también, relaciones de proximidad espacial donde los productos se producen y comercializan en una región específica (Cendón et al., 2023).

Figura 5. Cómo identifica a los alimentos agroecológicos —respuesta múltiple, 498 casos—

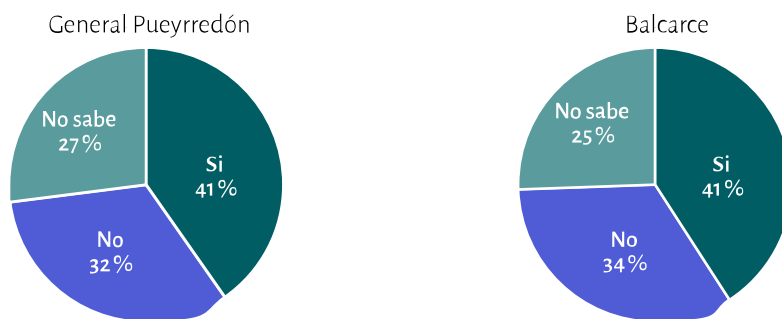


Fuente: elaboración propia con base en encuesta de alimentos agroecológicos (2022).

En consonancia con estos resultados, Cuellar Padilla (2011) plantea que la producción y el consumo de alimentos agroecológicos se basa en una relación de confianza. Esta relación se promueve mediante el vínculo directo entre quienes producen y quienes consumen los alimentos, eliminando, en la mayoría de los casos, a los intermediarios (Cuellar Padilla, 2011).

Continuando con la idea de confianza en la comercialización de alimentos agroecológicos, el 54 % de los encuestados afirmó que les brindaría confianza que los alimentos cuenten con un sello o certificación, mientras que el 40 % indicó que les resulta indistinto. Luego se les consultó a los encuestados si conocían qué es un SPG. Solo el 17 % de los consumidores de General Pueyrredon y el 31 % de los de Balcarce indicaron conocer el significado. Para finalizar, se preguntó a los encuestados si aumentarían su consumo de alimentos agroecológicos si estos tuvieran una certificación. Como puede observarse en la figura 6, los resultados en General Pueyrredon y en Balcarce son similares.

Figura 6. ¿Aumentaría su consumo de alimentos agroecológicos si tuvieran una certificación?— respuesta única—



Fuente: elaboración propia con base en encuesta de alimentos agroecológicos (2022).

En el abordaje de las últimas preguntas se pueden identificar dos dimensiones de los CCC: proximidad organizativa y gobernanza territorial. La proximidad organizativa es definida a partir de tres aspectos: cognitivos (base común de conocimientos), organizacionales (pertenencia a las mismas organizaciones) e institucionales (normas, valores y lenguajes compartidos) (Gilly y Torre, 2000, citado en Cendón et al., 2023). En los SPG interactúan diferentes actores que comparten valores —confianza, cooperativismo, ayuda mutua— y promueven diferentes principios —cuidado del ambiente, soberanía alimentaria, comercio justo—. Asimismo, parten de una base común de conocimientos y se organizan de diferentes formas para poder funcionar: ferias verdes, cooperativas, etc. La visión común entre los diversos actores en red que participan en la construcción del SPG fortalece la confianza en lo que se produce y comercializa actualmente. Esto conduce a que un significativo porcentaje de consumidores no aumentaría su consumo —o no saben si lo harían— si los alimentos tuvieran una certificación. Sin embargo, cuando se les consultó, los consumidores manifestaron interés por desarrollar procesos sociorganizativos y nuevas formas de gobernanza, como los SPG.

La gobernanza territorial hace referencia al grado de articulaciones entre los actores —o grupo de actores— de distintos sectores, instituciones, gobierno y ciudadanía en general con la mirada en el conjunto del territorio (Torre y Traversac, 2011, citado en Cendón et al., 2023). Implica la articulación entre la acción pública, privada y colectiva con el fin de promover y gestionar el desarrollo territorial. En el SPG que está en análisis, interactúan instituciones públicas y agentes privados en la promoción de determinados principios y la cooperación entre ellos, insertos en un territorio en particular y con el fin de transformarlo mediante el trabajo colectivo, la toma de decisiones conjuntas y el desarrollo de mecanismos multinivel.

Conclusiones

Las experiencias de producción agroecológicas se han incrementado en los últimos años en el SEBA por la confluencia de diferentes razones. Entre ellas se pueden destacar la preocupación de los consumidores por la inocuidad de los alimentos, una mayor conciencia del cuidado del ambiente, el interés por promover el comercio justo y, principalmente, la existencia de productores agropecuarios que eligen la producción agroecológica como un estilo de vida. A partir del trabajo realizado, se puede observar que los principales motivos por los que los consumidores del SEBA adquieren alimentos agroecológicos están vinculados a que son libres de agroquímicos, son alimentos inocuos y que se producen cuidando el ambiente. Para la adquisición de estos alimentos se priorizan los CCC, es decir, la compra directa al productor o mediante comercializadoras solidarias que venden bolsones agroecológicos. A partir de la cercanía entre productores y consumidores se construyen relaciones de confianza, proximidad y apoyo mutuo. Esa confianza en el productor es la garantía para el consumidor de que los alimentos que compra son agroecológicos.

En ese contexto, se planteó si los consumidores conocían los SPG y si la certificación por parte de un SPG les daría mayor confianza sobre lo que adquieren. Se pudo observar un muy bajo conocimiento sobre el significado de los SPG por parte de los consumidores. También se evidenció que, para muchos consumidores, la confianza no sería mayor ante la presencia de un SPG debido a que esa confianza en el producto ya existe. No obstante, puede llegar a ser una cuestión por considerar ante una búsqueda de nuevos consumidores, canales o un salto de escala en la producción y la necesaria incursión en ventas mayoristas. Asimismo, para otros consumidores la garantía, mediante un SPG, de que los alimentos son agroecológicos incrementaría su confianza en ellos y aumentaría su consumo.

En general estos consumidores expresan una decisión de compra que excede la convencional transacción comercial, con la incorporación de otras dimensiones que incluyen la proximidad organizativa, las interacciones sociales y el cuidado ambiental, lo que da cuenta de una decisión ciudadana-política en la que son actores clave para la sostenibilidad de estos circuitos. No obstante, dado que constituyen un grupo relativamente homogéneo en cuanto a sus características sociodemográficas, aparecen interrogantes con respecto a la posible generación de nuevas formas de exclusión, situación contraria a lo que la agroecología pretende promover.

En este trabajo exploratorio se presentó una descripción de los consumidores de alimentos agroecológicos de General Pueyrredon y Balcarce. Una limitación de esta investigación es no haber trabajado con una muestra de casos representativa de cada uno de los partidos. Por ello, en futuras líneas de investigación se prevé emplear una muestra representativa de Balcarce y de General Pueyrredon, abarcar nuevos espacios de comercialización y realizar un análisis económico de las explotaciones agroecológicas.

Bibliografía

- ABUNDIS ESPINOSA, V. M. (2016). Beneficios de las encuestas electrónicas como apoyo para la investigación. *Tlatemoani*, 22, 168-186. Recuperado el 27/11/2024 de <https://www.eumed.net/rev/tlatemoani/22/encuestas.pdf>.
- ALVAREZ, E.; PICCO, D. T.; ROBLEDO, M. A.; SEGOVIA, I. M. y WALLINGER, M. (2021). Caracterización del perfil de los consumidores agroecológicos de la región de CABA-GBA 2020. *Revista Nutrición Investiga. Escuela de Nutrición (UBA)* 6(1). Recuperado el 27/11/2024 de <https://escuelanutricion.fmed.uba.ar/revistani/21anco.html>.
- BELLACCOMO, C.; BERRIOLO, J.; CARACOTCHE, V.; CASTAGNINO, A. M.; CENDÓN, M. L.; DÍAZ, K. E.; GONZÁLEZ FERRÍN, M. S.; MARTINOIA, G.; MAIROSSER, A.; ROGERS, W. J.; VILLAGRA C. y ZAZZETA, M. (2020). Panorama de las producciones vegetales intensivas de alimentos saludables – “Proalim Km 0”, en tiempos de pandemia por la Covid-19 – Parte 1 Predisposición de los consumidores de hortalizas, frutas y aromáticas medicinales a su producción, agroindustria y consumo. *Horticultura Argentina*, 39(100), 285-356.
- CARACCILO BASCO, M. (2013). *Estudio de los consumidores de la feria de la agricultura familiar Manos de la Tierra. Aportes para la construcción de la Economía Social y Solidaria*. Buenos Aires: Ediciones INTA. Recuperado el 27/11/2024 de <https://unlp.edu.ar/wp-content/uploads/29/19929/4fa76128356ffce7433f27da7cdoc3c4.pdf>.
- CENDÓN, M. L.; BRUNO, M.; LACAZE, M. V.; MOLPECERES, C. y ZULAICA, M. (2023). La conceptualización de los canales cortos de comercialización. *Debates En Sociología*, 57, 273-296. Recuperado el 27/11/2024 de <https://doi.org/10.18800/debatesensociologia.202302.011>.
- CENDÓN, M. L.; MOLPECERES, C.; ZULAICA, L.; ROUVIER, M. (2021). Agroecología y Canales Cortos en el contexto de COVID-19: el caso de la horticultura Marplatense. *Cuyonomics. Investigaciones en Economía Regional*, 5(8), 90-108. Recuperado el 27/11/2024 de <https://doi.org/10.48162/rev.42.036>.
- 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*. Parma: Monte Università Parma Editore.
- CHAPARRO-AFRICANO, A. M. y FRANCO-CHOCUE, L. M. (2020). Consumidores y consumo de productos agroecológicos en los Integrantes de la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá, Región – RMABR. *Cooperativismo & Desarrollo*, 28(117), 1-36. Recuperado el 12/05/2024 de <https://doi.org/10.16925/https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.02.04>.

- CUELLAR PADILLA, M. (2011). Historia y Evolución de los Sistemas Participativos de Garantía. *FACPE. Publicación de la Federación Andaluza de Consumidores y Productores Ecológicos y Artesanales*, 6. Recuperado el 27/11/2024 de <https://www.facpe.org/wp-content/uploads/2019/06/FACPE-Revista-06.pdf>.
- CASTAGNINO, A. M.; DÍAZ, K. E.; ROGERS, W. J.; ROSINI, M. B.; GONZÁLEZ FERRÍN, M. S.; BERRIOLO, M. J.; ZAZZETTA, M. L.; CENDÓN, M. L.; FASCIGLIONE, G.; YOMMI, A.; DÍAZ, H.; GARCÍA FRANCO, A.; MARINA, J. y RUBEL, I. (2022). Tendencias del consumo argentino de hortalizas y frutas locales "Km 0". *Horticultura Argentina*, 41(105), 61-109. Recuperado el 25/11/2023 de <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18519342/wra72ued>.
- CUENCA, A. y SCHETTINI, P. (2020). Los efectos de la pandemia sobre la metodología de las ciencias sociales. Escenarios. *Revista de Trabajo Social y Ciencias Sociales*, 32. Recuperado el 27/11/2024 de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/184/1841434023/index.html>.
- CRAVIOTTI, C. V. (2022). La transformación del sistema agroalimentario y los circuitos alternativos en América Latina: Aportes para su análisis y discusión. *Revista Latinoamericana de Estudios Rurales*, 8(15), 1-23. Recuperado el 27/11/2024 de https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/221560/CONICET_Digital_Nro_c4fdea32-of56-4741-a7d9-98c5bad785ec_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y.
- ETCHEVERRIBORDE, A.; CENDÓN, M. L.; MOLPECERES, C.; RODRÍGUEZ, J.; ZULAICA, L. y ROUVIER, M. (2022). Agroecología en el Sudeste Bonaerense: controversias en torno al Sistema Participativo de Garantía (SPG). *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, 9(27), 1-21. Recuperado el 27/11/2024 de <https://doi.org/10.35588/rivar.v9i27.5623>.
- ETCHEVERRIBORDE, M. A.; CENDÓN, M. L.; BRUNO, M. y RODRÍGUEZ, J. (29 de noviembre-1 de diciembre 2023). *SPG del Sudeste Bonaerense: desafíos y aprendizajes de una experiencia en marcha. Relato de experiencia*. III Congreso Argentino de Agroecología, El Bolsón, Argentina.
- FASULO, S.; MARTINEZ, A.; DUPUY, R.; CHIRICO, M. y VELARDE, I. (2019). *Cartilla Consumidor/a desde el SPG* [manuscrito inédito]. Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata.
- FERNÁNDEZ, R. (2023). *Sistemas Participativos de Garantía Agroecológicos en la Argentina* [Trabajo Integrador Final para obtener el título de Especialista en Agroecología de la Universidad Nacional de La Matanza]. Recuperado el 15/08/2023 de https://repositorio.inta.gob.ar/bitstream/handle/20.500.12123/4836/INTA_CICPES_InstdeProspectiva_Fernandez_R_Sistemas_participativos_garantia_agroecologicos_Argentina.pdf?sequence=1.
- FINGERMANN, L.; SENDIN, B.; FONTANA, P.; MOSSE, L.; LAYA, F. y DUMRAUF, S. (2023). Análisis de la dinámica de consumo en la intermediación solidaria: Relevamiento a personas ex consumidoras de la comercializadora La Justa. *Otra*

- Economía*, 16(30), 65-80. Recuperado el 27/11/2024 de <https://revistas.ungs.edu.ar/index.php/otraeconomia/article/view/804>.
- FRANK, M. y AMOROSO, M. M. (2022). Impactos de la crisis causada por el COVID-19 y estrategias de adaptación: Estudio de caso local con productores y productoras agrícolas en la Argentina. *Revista de la Sociedad Española de Agricultura Ecológica*, 16, 7-16. Recuperado el 27/11/2024 de <https://revista.agroecologia.net/index.php/revista-agroecologia/article/view/45>.
- Instituto Nacional De Estadísticas y Censos (2022). *Resultados definitivos del Censo 2022*. Recuperado el 27/11/2024 de https://censo.gob.ar/index.php/datos_definitivos_bsas/.
- Instituto Nacional De Estadísticas y Censos (2022). Portal Geoestadístico. Recuperado el 27/11/2024 de <https://portalgeoestadistico.indec.gob.ar/>.
- International Federation of Organic Agriculture Movements (2008). *Definition of Participatory Guarantee Systems*. Recuperado el 27/11/2024 de <https://www.ifoam.bio/our-work/how/standards-certification/participatory-guarantee-systems>.
- 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. Informe Técnico*. Mar del Plata: UNMDP-FCEyS. Recuperado el 27/11/2024 de <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3721/1/lacazelup%C3%ADn-2022.pdf>.
- LACAZE, M. V.; ATUCHA, A. J.; BERTOLOTTI, M. I.; GUALDONI, P.; LABRUNÉE, M. E.; LÓPEZ, M. T.; PAGANI, A. N. y VOLPATO, G. (2014). *Producto bruto geográfico del Partido de General Pueyrredon, 2004-2012*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado el 27/11/2024 de <http://nulan.mdp.edu.ar/2135/>.
- LEONI, F. (2021). *El consumo en ámbitos autogestivos: el potencial integrador del trueque y las 44 ferias culturales*. II Congreso Nacional de Economía Social y Solidaria. Recuperado el 27/11/2024 de <https://observatorioess.org.ar/2020/10/30/el-consumo-en-ambitos-autogestivos-el-potencial-integrador-del-trueque-y-las-ferias-culturales/>.
- LUPÍN, B.; MINICH, L.; RODRIGUEZ, J. A.; FRANCO, N. G.; BRILLANTI, C. y PÉREZ GUERRA, J. J. J. (5-8 noviembre 2019). *Consumo de verduras frescas en Mar del Plata, Argentina. Percepciones y regulación*. XI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales Argentinos y Latinoamericanos, Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 27/11/2024 de <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3264/>.
- Ministerio de Agroindustria (2016). *Agroindustria, motor del desarrollo*. Ministerio de Agroindustria, Subsecretaría de Alimentos y Bebidas de la Secretaría de Agregado de Valor. Recuperado el 27/11/2024 de http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/Publicaciones/Revista/AA_69.pdf.
- NICOLA, M. D.; DIAZ, M. E. A.; PASCUALE, A. E.; ANABELA, F.; LÁZZARI, J. L. y MARTÍN,

- A. B. (2019). Características del consumo en el modelo de producción-distribución-consumo agroecológico en Rosario. *Brazilian Journal of Development*, 5(7), 8491-8509. Recuperado el 27/11/2024 de <https://doi.org/10.34117/bjdv5n7-064>.
- RODRÍGUEZ, E.; GENTILE, N; LUPÍN, B. y GARRIDO L. (2002). *El Mercado Interno de Alimentos Orgánicos: Perfil de los Consumidores Argentinos*. XXXIII Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria. Recuperado el 27/11/2024 de <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1010/>.
- RODRIGUEZ, J. A.; LUPÍN, B.; MUJICA, G.; CUTRERA, G. y ADAMINI, A. (26-28 de octubre de 2022). *Bioeconomía y consumo: valoración de alimentos saludables y sustentables*. Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria, Bahía Blanca, Argentina. Recuperado el 27/11/2024 de <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3746/>.
- SAINZ ROZAS, H.; EYHERABIDE, M.; LARREA, G.; MARTÍNEZ CUESTA, N.; ANGELINI, H.; REUSSI, N. y WYNGAARD, N. (2019). *Relevamiento y determinación de propiedades químicas en suelos de aptitud agrícola de la región pampeana*. Simposio Fertilidad, Rosario, Santa Fe, Argentina. Recuperado el 27/11/2024 de https://repositorio.inta.gob.ar/xmlui/bitstream/handle/20.500.12123/11824/INTA_CRBsAsSur_EEABalcarce_Sainz%20Rozas_HR_Relevamiento_determinaci%C3%B3n_propiedades_suelo.pdf?sequence=1.
- SANZ-CAÑADA, J. y YACAMAN-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* (p. 212-227). Fundación Carasso y Fundación Alternativas. Recuperado el 27/11/2024 de <http://hdl.handle.net/10261/265505>.
- VELARDE, I.; MARTÍNEZ, A. M.; FASULO, L. S.; DUPUY, R. y CHIRICO, M. (5 de septiembre de 2021). *¿Hortalizas saludables en el Gran La Plata?: representaciones de consumidores/as y horticultores/as en transición agroecológica*. XII Congreso Argentino de Antropología Social (CAAS), La Plata, Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 27/11/2024 de <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/133448>.