
Artículos

La pospandemia ya llegó. Innovación, desafíos y alcances de los Circuitos Alimentarios Alternativos.

The post-pandemic is here. Innovation, challenges, and scope of Alternative Food Circuits.

O pós-pandemia chegou. Inovação, desafios e abrangência dos Circuitos Alimentares Alternativos.



Lisandro Fernández

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), en el Departamento de Desarrollo Rural, Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata (DptoDR, FCAyF, UNLP), Argentina
lisandrofernandez85@gmail.com

Clara Craviotti

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) en el Centro de Estudios de Sociología del Trabajo (CESOT). Universidad de Buenos Aires, Argentina
ccraviotti@yahoo.com

Juan Cruz Demicheli

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) - Universidad de Buenos Aires, Facultad de Agronomía, Cátedra de Extensión y Sociología Rurales (FAUBA), Argentina
juademicheli@agro.uba.ar

Andrea Soledad Castro

Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS) CONICET - Universidad Nacional de La Plata, Argentina
castroandrea1987@gmail.com

Gabriela Parodi

Universidad Nacional de Lanús (UNLa), Argentina
gabrielaparodi6@gmail.com

Estudios Rurales. Publicación del Centro de Estudios de la Argentina Rural

vol. 16, núm. 33, 2026

Resumen: El presente artículo tiene por objetivo identificar y sistematizar las innovaciones recientes y los desafíos de los Circuitos Alimentarios Alternativos (CAA) en la pospandemia. Condensa el análisis sobre el desarrollo reciente de los CAA producto del trabajo realizado a lo largo de un proyecto de investigación. La metodología empleada fue predominantemente cualitativa, por medio del estudio de casos. La recolección y sistematización de la información se basó en material generado por nueve iniciativas y principalmente en entrevistas semiestructuradas a sus organizadores/trabajadores. Aunque se consideró la evolución en el período previo, el recorte temporal comprende el período entre los años 2020 y 2023, el cual abarca la pandemia por Covid-19 y los años posteriores. A su vez, los casos seleccionados están ubicados en localidades del área metropolitana de Buenos Aires y de Gualeguaychú (Entre Ríos).

Se parte de la perspectiva de la innovación social como prácticas, poniendo el foco en las modalidades de distribución de alimentos desarrollados por estos circuitos: ferias, reparto de bolsones, locales minoristas y el abastecimiento mayorista. A partir de allí se identificaron y analizaron los desafíos y alcances que implicaron tanto las formas más conocidas de los CAA como las más nuevas. Todo ello permitió señalar los avances logrados pero también las problemáticas a resolver, y trazar posibles hojas de ruta. El artículo culmina con reflexiones en torno a la necesidad de escalamiento de este tipo de circuitos con la mirada situada en su sostenibilidad económica, atendiendo particularmente al contexto nacional actual.

Palabras clave: circuitos alternativos de comercialización, redes alimentarias alternativas, agricultura familiar, Economía Social, innovación social.

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina
 ISSN: 2250-4001
 Periodicidad: Semestral
 estudiosrurales@unq.edu.ar

Recepción: 09 abril 2025
 Aprobación: 19/11/2025

DOI: <https://doi.org/10.48160/22504001er33.648>

URL: <https://portal.amelica.org/ameli/journal/181/1815522006/>

Abstract: This article aims to identify and systematize recent innovations and challenges that Alternative Food Circuits (AFCs) face in the post-pandemic era. It summarizes the analysis of the recent development of AFCs, the result of a work carried out throughout a research project. The methodology used was qualitative, through case studies covering the period between 2020 and 2023, which encompasses the COVID-19 pandemic and subsequent years, although the evolution of previous years was also considered. The collection and systematization of the information was based on material generated by nine initiatives, and mainly semi-structured interviews with their organizers/workers. The selected cases are situated in the metropolitan area of Buenos Aires and Gualeguaychú (Entre Ríos).

The study is based on the perspective of social innovation as practices, focusing on the food distribution modalities developed by these circuits: fairs, distribution of food boxes, retail outlets, and wholesale supply. The challenges and implications of the most well-known and newer forms of AFCs were identified and analyzed. All of this made it possible to highlight achievements, but also unresolved issues, and to outline possible roadmaps. The article concludes with reflections on the need to scale up these types of circuits, with the mind set on economic sustainability, paying particular attention to the current context.

Keywords: alternative marketing circuits, alternative food networks, family farming, social economy, social innovation.

Resumo: Este artigo tem como objetivo identificar e sistematizar inovações e desafios recentes enfrentados pelos Circuitos Alimentares Alternativos (CAA) na era pós-pandemia. Resume a análise do desenvolvimento recente dos CAA, resultado do trabalho desenvolvido ao longo de um projeto de investigação, abrangendo o período entre 2020 e 2023, incluído a pandemia da COVID-19 e os anos subsequentes, embora a sua evolução no período anterior também tenha sido considerada. A coleta e sistematização das informações foi baseada em material gerado por nove iniciativas, e principalmente entrevistas semiestruturadas com seus organizadores/trabalhadores. Por sua vez, os casos selecionados localizam-se em cidades da região metropolitana de Buenos Aires e Gualeguaychú (Entre Ríos).

Baseia-se na perspectiva da inovação social como práticas, com foco nos métodos de distribuição de alimentos desenvolvidos através destes circuitos: feiras, distribuição de caixas de alimentos, pontos de venda a retalho e até mesmo atacadistas. A partir daí, foram identificados e analisados os desafios e o alcance das formas mais conhecidas e mais recentes de CAA. Tudo isto permitiu destacar os progressos efetuados, mas também questões não resolvidas, e delinear possíveis roteiros. O artigo conclui com reflexões sobre a necessidade de escalar

este tipo de circuitos, com vista à sustentabilidade económica, com especial atenção ao contexto atual.

Palavras-chave: circuitos alternativos de marketing, redes alimentares alternativas, agricultura familiar, economia social, inovação social.

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas dos décadas se ha verificado un crecimiento de las modalidades de comercialización de alimentos que difieren del sistema convencional, el cual tiende a la homogeneización de la producción y el consumo, basado en la gran distribución y cadenas agroalimentarias extensas. Si bien presentan una amplia heterogeneidad de trayectorias, estos Circuitos Alimentarios Alternativos (CAA) apuntan al acortamiento de los eslabones entre productor y consumidor, un reparto más equitativo del valor, y a favorecer el empleo de prácticas respetuosas del medioambiente, siendo éstas las principales características que los posicionan en el “campo” de lo alternativo.

La diversidad que estos circuitos asumen en la práctica, así como su plasticidad y dinámica, representan un desafío para su estudio. Estos se ven potenciados en coyunturas particulares como fue el caso de la pandemia del Covid-19, que repercutió sobre múltiples dimensiones de la vida social, entre ellas, la oferta y la demanda de alimentos. Las restricciones a la circulación de bienes y personas generaron cambios en los actores y organizaciones participantes de CAA, lo que obligó a generar innovaciones y/o reajustes para continuar existiendo, y representaron una oportunidad al otorgar mayor visibilidad y ventas a las experiencias alternativas.

No obstante, pasado ya el período de distanciamiento social, quedan abiertos ciertos interrogantes acerca de los pilares de la sostenibilidad y el alcance de los CAA en pos de generar cambios profundos en el sistema actual de abastecimiento alimentario. Específicamente, luego de una coyuntura (la pandemia) en la que se revalorizaron ciertos actores sociales, no se advierte un fortalecimiento de los CAA, sino más bien un estancamiento. Por ende, resulta pertinente evaluar cuáles han sido las principales innovaciones impulsadas por los CAA en los últimos años, hacia dónde se orientaron sus esfuerzos organizativos y, en función de ello, qué desafíos persisten en el escenario pospandémico. Estas preguntas guían el presente trabajo, cuyo objetivo es identificar y sistematizar las innovaciones recientes y los desafíos de los CAA en la pospandemia, tomando como casos de estudio a nueve experiencias de comercialización alternativa ubicadas en territorios de la región pampeana[1].

Los resultados abordados se enmarcan en un proyecto de investigación donde la metodología de tipo cualitativa adoptada se centró en el estudio de casos seleccionados de organizaciones de la comercialización alternativa - las cuales presentan diversos orígenes y objetivos, formas de organización y escalas (entre otras variables)- lo cual permitió lograr representatividad de las diferentes modalidades existentes: ferias, reparto de bolsones, venta minorista y venta mayorista.

El artículo se organiza del siguiente modo. Después de esta introducción, se presenta el enfoque analítico desde el que se parte para el estudio. A continuación se desarrolla la metodología empleada. Posteriormente se da cuenta de las innovaciones recientes de los CAA analizados. Luego se identifican los desafíos para el presente de la comercialización alternativa y se presentan la discusión y conclusiones que sintetizan los aportes del trabajo.

2. CONSIDERACIONES TEÓRICAS. LOS CAA COMO INNOVACIONES

Los Circuitos Alimentarios Alternativos (CAA) han sido objeto de un creciente análisis académico y de atención pública, particularmente a partir de la irrupción de la pandemia (Viteri et al., 2020; Cendón et al., 2023). Dentro de este universo es pertinente analizar las prácticas sociales involucradas en su construcción, que involucran múltiples aspectos, actores y niveles de intervención, y a la vez conllevan la toma de decisiones en varias dimensiones que están interrelacionadas (Craviotti y Demicheli, 2023).

Los CAA han sido utilizados como noción que refiere a una nueva red emergente de productores, consumidores y otros actores, que construyen una contrapropuesta a la oferta estandarizada de alimentos industriales (Renting, Marsden y Banks, 2003), y así buscan la satisfacción de las necesidades de los participantes (Caracciolo, 2019). Se trata de espacios sociales que se auto-organizan en base a diferentes formas de concebir los alimentos y las prácticas alimentarias (Rossi et al., 2021). Abarcan aquellos circuitos en los cuales se apunta a acortar la distancia (geográfica, económica y social) entre productor y consumidor, lograr mayor transparencia y un reparto de los ingresos más equitativo. Para entender cómo funcionan es importante analizar de qué manera los actores hacen frente a los problemas de coordinación, y los arreglos que desarrollan para darle cierta estabilidad a los intercambios (Craviotti y Demicheli, 2023). Aunque todo mercado combina permanencia y cambios, esto es más evidente en los CAA por tratarse de modalidades alternativas, algunas de ellas novedosas y aun parcialmente desarrolladas. Estas constituyen experiencias que se encuentran en constante transformación para enmendar errores, solucionar problemas o para enfrentar nuevos desafíos.

En ese marco, la identificación y consideración de las innovaciones en los CAA es sustantiva para reflexionar acerca de los cambios en un punto de tiempo (la pandemia) y sus derivas en el futuro (la pospandemia), como medio para analizar los desafíos, alcances y potencialidades existentes, con vistas a generar transformaciones en el sistema convencional de distribución de alimentos. En este sentido, resulta pertinente emplear el lente de la innovación social para analizar estos procesos, en tanto éste hace hincapié en aquellas innovaciones que fomentan la inclusión y el bienestar a través de la mejora de las relaciones sociales y modificaciones en las relaciones de poder (Moulaert et al., 2013). Estos autores destacan el rol de este tipo de innovaciones para desarrollar discursos alternativos que, a diferencia de las puramente económicas y tecnológicas presentan potencial para generar el cambio social. Al respecto, Zubero (2015) propone analizar la cuestión no de manera abstracta, sino desde el análisis de prácticas sociales concretas. En ese sentido, delimita como práctica de innovación social aquella que: (i) surge como respuesta a una necesidad expresada por un colectivo; (ii) propone una definición social de la situación; (iii) aspira a lograr cambios; (iv) busca soluciones colectivas; (v) incluye en el proceso de solución al conjunto demandante e; (vi) incluye en su diagnóstico y su propuesta de intervención su posible impacto. El autor no deja de advertir sobre la dificultad de encontrar prácticas que respondan a todos estos criterios (como en nuestro caso, los CAA) pero aporta en la identificación de las dimensiones a tener en cuenta en el análisis de estos procesos, así como al ámbito de origen de las prácticas y el horizonte al que aspiran.

En base a estos lineamientos, consideramos que los CAA pueden abordarse como una innovación social en términos generales, ya que son una respuesta a una necesidad colectiva, proponen una definición social de la situación y aspira a producir cambios concretos que incluyan a sectores sociales en situación de desventaja (como los pequeños productores de alimentos). Existe una búsqueda consciente de alternativas al sistema dominante, que no están exentas de riesgos de cooptación por parte de éste (Rossi et al., op.cit). Desde este marco, también es posible indagar y analizar los cambios recientes en los CAA en la pandemia y pospandemia en tanto innovaciones, que pueden presentar diferente carácter en función de su índole rupturista, intersticial o simbiótica (Zubero, op.cit). Mientras las primeras suponen una brusca discontinuidad con las estructuras existentes por medio de la confrontación directa y el cambio repentino, las segundas apelan a la construcción gradual de nuevas formas de organización por la sociedad civil en los márgenes de la sociedad capitalista; finalmente, las innovaciones simbióticas se apoyan en compromisos con el Estado y las élites que, a cambio de resolver ciertos problemas inmediatos, permiten desplazar a largo plazo los equilibrios de poder en la sociedad (Solá, 2021).

Ligado a ello, un aspecto a analizar refiere al alcance de estos circuitos en pos de lograr transformaciones en el mediano y largo plazo de las relaciones de poder entre los actores del sistema alimentario. Por ende, es preciso identificar y analizar estas cuestiones y cuáles son los desafíos pendientes.

3. METODOLOGÍA

La metodología del presente artículo es fruto de la propuesta y el trabajo en un proyecto de investigación en el cual se adoptó un diseño flexible, donde la recolección y el análisis de los datos se realizaron de forma articulada. La información primaria proviene de entrevistas semiestructuradas realizadas entre los años 2021 a 2023 a 37 organizadores y/o trabajadores de nueve CAA en base a una guía de preguntas previamente confeccionada por el grupo de investigación[2]. Asimismo, también se sistematizaron y analizaron documentos y bibliografía especializada, así como sitios web y redes sociales on-line con información de los casos. Además del análisis particularizado de las experiencias seleccionadas en trabajos específicos, en una segunda fase se realizó su sistematización conjunta a través de la construcción de una matriz con las principales variables de interés, así como el análisis transversal de los diferentes casos seleccionados. A partir de allí, en una tercera fase nos focalizamos en el trabajo sistemático de un conjunto de variables relacionadas con las prácticas de innovaciones sociales, las cuales permitieron elaborar reflexiones que son las que se presentan en este artículo.

El recorte temporal de indagación parte de los orígenes de las experiencias (generalmente la década de 2010) pero el foco del análisis se centró en el período de la pandemia y la pospandemia, entre los años 2020 y 2023, que marcó un hito para los CAA. Durante el aislamiento las organizaciones tuvieron que innovar en sus formas de distribución de alimentos. Algunas de ellas estaban presentes con anterioridad y vivieron un punto de catalización en esta etapa, mientras que otras se desarrollaron luego de la pandemia. No obstante, en el período posterior muchas de las innovaciones mermaron su alcance, generando tensiones y debates en torno a las posibilidades para sostener y proyectar su crecimiento.

Los circuitos priorizados para el análisis fueron aquellos que combinaban aspectos éticos (comercio justo con pequeños productores) y prácticas productivas respetuosas del medio ambiente (agroecología, producción orgánica), con el acortamiento de los eslabones desde el productor al consumidor. En este sentido, nuestra definición de CAA como aquellos que engloban estos tres componentes se basa en trabajos previos, y presenta puntos de contacto con la definición de circuitos socioeconómicos alimentarios de Pastore (2020). Esto es, circuitos de producción, trabajo, financiamiento, intermediación, tecnologías, orientados tanto al mejoramiento del acceso a alimentos saludables por parte de la población en general, como al mejoramiento de ingresos, producción y condiciones de trabajo de las pequeñas unidades productivas agroalimentarias y más en general, de las economías locales y territorios vinculados.[3]

Los casos seleccionados poseen su núcleo organizador en el área metropolitana de Buenos Aires y Gualeguaychú, como se puede observar en el gráfico n°1.



Gráfico n°1. Ubicación de los casos de CAA

Fuente: Elaboración propia

La selección de estos casos se basó en la trayectoria de los CAA; en su diversidad como mecanismos de distribución y en su inserción en las áreas periurbanas de las principales ciudades del país; en Gualaguaychú un criterio adicional fue la existencia de una activa política municipal orientada a potenciar estas propuestas. Los casos expresan diferentes grados de madurez y consolidación, y aunque presentan hibrideces, se enmarcan en la definición de CAA trazada, y permiten un acercamiento empírico a las prácticas de los actores y el conocimiento de sus complejidades.

Concretamente, para la ciudad de Buenos Aires se seleccionaron dos experiencias: Alimentos Cooperativos (AC) y La Buena Verdura[4] (LBV). De La Plata: Pueblo a Pueblo (PaP); Cultura Alimentaria (CA) y El Paseo de la Economía Social y Solidaria (PESS). De Quilmes: Mercado Territorial (MT); aunque cabe observar que en cuanto al alcance de sus mecanismos de distribución de alimentos, estos “límites” geográficos resultan borrosos. Y por último, de Gualeguaychú: la Feria Verde; la Feria Agroecológica de Plaza Belgrano (FAPB) y el Almacén Ñande Revolución (ÑR). Entre las variables para el análisis de los casos se encuentran: el origen; los hitos (temporales y organizativos) que los marcaron; la forma jurídica que adoptan; los criterios de calidad; los recursos humanos y la logística; los canales empleados y su escala; sus vínculos; y las tensiones internas y externas. A continuación, en la tabla n°1 se sintetizan los principales rasgos de las experiencias estudiadas a lo largo del proyecto. Luego analizaremos las principales innovaciones que atravesaron estos CAA.

CAA	Génesis institucional de la experiencia	Forma de organización	Transporte propio	Abasto de mayoristas	Venta mayorista	Venta de bolsones	Venta en Locales Minoristas	Ferias
AC	Organizaciones ligadas al FONAF ⁵ y a Cooperar	Integración de una cooperativa de trabajo y una cooperativa de servicios	Sí + contratado	Sí	Sí	Si ⁶	Si	Si
CA	Emprendimiento familiar	SRL	Sí + contratado	Sí	Sí	Si	Si ⁷	No ⁸
FAPB	INTA ⁹ /Municipio	De hecho	Sí	No	No	No	No	Si
FV	INTA/Municipio	De hecho	Sí	No	No	No	No	Si
LBV	Emprendimiento familiar	SRL	Sí + contratado	Sí	No	Si	Si	No
MT	UNQ ¹⁰	Cooperativa de trabajo	Sí + contratado	Sí	No	Si	Si	Si
ÑR	Emprendimiento grupal	Cooperativa de trabajo	Contratado	Sí	No	Si ¹¹	Si	No
PaP	Organización de productores FRPA ¹²	Cooperativa de trabajo	Sí	Sí	No	Si	Si	Si

Tabla 1. Principales características de las experiencias analizadas

Fuente: Elaboración propia

4. BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS CASOS SELECCIONADOS

En primer lugar, si bien el origen temporal y la organización jurídica de las experiencias son diversos (cooperativas, Sociedades de Responsabilidad Limitada; sociedades de hecho), todas cuentan con una amplia experiencia en la temática, y comparten valores asociados a la Economía Social, Solidaria y Popular como: el establecimiento de precios justos; la reducción de la intermediación; la necesidad de cooperativizar el circuito, con sus matices y gradientes.

En segundo término, un aspecto sumamente relevante para el análisis es la estructura de personal de estas experiencias, que es muy variable. Los circuitos con mayor cantidad de trabajadores son Alimentos Cooperativos (38), Pueblo a Pueblo (25) considerando ferias y local de La Plata) y Mercado Territorial, encuadrado en la Universidad Nacional de Quilmes (15). Luego, le siguen la feria del Paseo de la Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) (11), La Buena Verdura (10), Cultura Alimentaria (7) y Ñandé Revolución (5), quedando en último lugar, las ferias de Gualaguaychú: la Feria Verde (3) y la Feria Agroecológica de la Plaza Belgrano (3). La composición y roles de estos actores son múltiples: van desde productores feriantes, productores/as que arman bolsones para su reparto, técnicos/as militantes, extensionistas de la universidad, emprendedores, empleados/as, hasta trabajadores de los locales.

En tercer lugar, los vínculos y apoyos de que disponen son importantes de considerar para conocer el entramado construido en torno a las redes de abastecimiento, recursos, escala, etc., donde se observó una diversidad de situaciones. Excepto por La Buena Verdura y Cultura Alimentaria, el resto cuenta o contó con apoyos de instituciones públicas como el INTA o la ex Dirección Nacional de Agroecología (perteneciente al ex Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación), municipios, Universidades Nacionales, agrupaciones políticas o programas estatales. Sin embargo, cabe mencionar que los vínculos con los actores institucionales han sido parciales, contingentes y fragmentados. Parciales, porque se han dado preferentemente con algunos programas encuadrados dentro del área de Desarrollo Social y programas de desarrollo rural. Contingentes, porque se han visto condicionados por la orientación política de los gobiernos, y el financiamiento que estos destinan a este tipo de programas. En cualquier caso, los vínculos y apoyos logrados han sido limitados, por lo que no alcanzaron para subsanar las limitaciones estructurales de base para el acceso a recursos críticos como la tierra, el transporte y la infraestructura de acopio y distribución.

En materia regulatoria, los apoyos se han circunscrito a ordenanzas de algunos municipios que han fomentado la agroecología, así como a iniciativas del área específica del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) encargada de promover una legislación en materia de inocuidad alimentaria más acorde a las posibilidades de la agricultura familiar y la Economía Social (especialmente en el caso de alimentos elaborados), y de algunas áreas provinciales y municipales de bromatología que acompañaron esta mirada con esfuerzos en el mismo sentido.

En materia de políticas públicas, la provincia de Buenos Aires lleva a cabo desde hace varios años el programa Mercados Bonaerenses que desarrolla ferias de venta directa en diferentes municipios, y por otro lado, creó el registro de productores agroecológicos y la red de facilitadores para la promoción de dicho sistema. A nivel municipal, se pueden mencionar el municipio de San Martín en la misma provincia y en Gualaguaychú (Entre Ríos) la implementación de una estrategia alimentaria urbana en clave agroecologista^[14] que ha fomentado el crecimiento de los CAA (incluso creando un Mercado Municipal para productores locales de alimentos) y el desarrollo de la producción agroecológica local.

Sin embargo, observamos que no hay políticas a nivel nacional de carácter integral para los CAA; en su mayoría se trata de apoyos puntuales destinados a la esfera productiva o comercial y capacitaciones -como fue en su momento “Mercados de Cercanía”, (véase al respecto Craviotti, 2022 y Cattaneo, 2023)-. Además, gran parte de ellos se vieron discontinuados, principalmente con el cambio de gobierno nacional en diciembre de 2023.

5. RESULTADOS. LAS INNOVACIONES EN LOS CAA ESTUDIADOS

5.1 INNOVACIONES EN CIRCUITOS Y ESCALAS

A partir de la pandemia y los años subsiguientes, varios de los CAA se dieron a la tarea de crear y sostener una multiplicidad de modalidades de distribución de alimentos que les permitieran ampliar su oferta para alcanzar nuevos consumidores, lo cual conllevó desafíos adicionales como la reorganización de sus recursos, la creación de nuevos vínculos, la búsqueda por ampliar su escala, lo que muchas veces implica la participación en el terreno más propio del mercado convencional (a través de locales minoristas de venta al público, o ventas mayoristas) con sus reglas de juego.

En efecto, a escala minorista en esta etapa varias de las iniciativas analizadas generaron páginas on line para facilitar las compras a distancia, desarrollaron y/o ampliaron la distribución de bolsones de hortalizas y otros alimentos vía puerta a puerta o mediante nodos[15], y la venta a través de locales de venta minorista. Por otro lado también hubo (y hay) organizaciones que incursionaron en la distribución mayorista.

A excepción de las ferias de Gualaguaychú o el Paseo de la Economía Social y Solidaria platense, que presentan esquemas sin intermediación, el resto de las experiencias analizadas exhiben armados híbridos en los que se combinan esquemas propios y directos con otros que requieren la coordinación con agentes intermediarios mayoristas agroecológicos (lo que suele exigir instancias de almacenamiento y preparación de pedidos). Los cambios de estos circuitos durante la pandemia, si bien fueron importantes desde el punto de vista de sus prácticas, vistos en conjunto pueden señalarse como innovaciones de reajuste, es decir, aquellas que refieren a cambios graduales, acumulativos, que no cambian la estructura (Zubero, 2015).

5. 1. 1. LOS BOLSONES COMO INNOVACIÓN DE REAJUSTE SIN “REAJUSTE” POSPANDÉMICO

La confección y distribución de bolsones de hortalizas busca priorizar o darle curso a la diversidad de variedades presentes en las quintas hortícolas, producción que no puede ser colocada en el mercado convencional (ya que se prioriza una elevada cantidad de pocas variedades), y a su vez trata de construir la demanda para que se consuman las variedades de estación (un punto de crítica o diferencia con la comercialización tradicional que busca estandarizar la oferta todo el año). Los bolsones se confeccionan con las variedades de hortalizas que tienen (o incorporan) las familias productoras, vienen en diferentes tamaños, y reúnen verduras de diferentes características: de producción convencional, agroecológica o un mix de ambas. Se pueden retirar en un nodo de consumidores, en un local o recibir con envío a domicilio. Para sostener este circuito quienes producen deben contar con elevados niveles de organización, ya que la modalidad requiere planificar la clase de hortalizas que lo componen, su armado, y su transporte (todos factores críticos de este formato).

Una ventaja para las familias productoras, además de permitir la colocación de una diversidad de variedades, es que obtienen un mayor porcentaje del precio final y una “venta segura” ya que la mayoría de las veces, la cantidad de bolsones se determina por pedidos o reservas previas. En dicho marco, uno de los puntos sobresalientes durante la pandemia fue su notorio crecimiento, ya que les permitía a los consumidores recibir en sus domicilios una amplia variedad de verduras. Asimismo, se amplió la posibilidad de realizar reservas on-line, e incluso algunas experiencias como Alimentos Cooperativos, que no contaban con dicho mecanismo, lo comenzaron a implementar de manera complementaria a partir de la pandemia. Otras experiencias que ya lo realizaban, mostraron un salto discreto en su nivel de ventas: la mayoría duplicó la cantidad de bolsones, inclusive algunas tuvieron que establecer un límite a su oferta[16]. Pero una vez finalizado el período de aislamiento, lo que en un momento fue una oportunidad comercial, se convirtió en inconveniencia luego. Esto es, durante la pandemia las familias contaban con tiempo para recibir los bolsones y realizar las tareas (de limpieza, ordenamiento, aprendizaje y cocción) que requiere el tratamiento de una variedad de alimentos predeterminados (muchos de ellos no son de consumo habitual). Pero luego, al eliminarse las restricciones,

los consumidores volvieron a sus rutinas (laborales, educativas, etc.). La vuelta a la normalidad implicó menos tiempo disponible para esperar los bolsones, acondicionar los alimentos y cocinar, que se tradujo en la disminución de los pedidos a estas iniciativas. Quizás ello represente un límite (un techo) para el crecimiento de esta modalidad, difícil de traspasar. Leyendo este cambio en el escenario, algunas iniciativas como La Buena Verdura optaron por reducir la oferta de bolsones pre-armados, ofreciéndolos de manera complementaria a la elección individualizada de productos.

Es decir, las barreras/limitaciones no parecen provenir tanto por la cantidad ofertada (porque se cuenta con producción), ni por la intermediación (ya que las experiencias tienen margen para crecer en gestión y recursos), sino por las exigencias que representa para el conjunto de la demanda no (tan) comprometida con estos circuitos. Ante el escaso tiempo y requerimientos de los quehaceres cotidianos (ya sin aislamiento por pandemia) de los consumidores urbanos, la compra minorista de alimentos sueltos en locales/verdulerías parece facilitar el abastecimiento diario.

5. 1. 2. LOCALES DE VENTA MINORISTA

En este sentido otra de las innovaciones recientes es el avance en la propuesta alternativa vía la puesta en marcha de locales de venta minorista, como en el caso de Alimentos Cooperativos, Pueblo a Pueblo, Ñandé Revolución y Mercado Territorial[17]. Estos CAA emplean diversos canales de venta: directa en el local, entrega de pedidos a domicilio y venta a nodos de consumo. Esta modalidad se introduce en el terreno más propio de la comercialización tradicional como lo son las verdulerías de cercanía, pero con un componente diferencial representado por la intermediación solidaria, que sitúa a estas experiencias en el amplio marco de la Economía Social, Solidaria y Popular. Ello implica un intento por construir otro tipo de alimentación (con la promoción de la agroecología), y nuevos vínculos entre los actores, con mayor transparencia respecto a la conformación del precio y la visibilización de los sujetos productores.

Estos esquemas tienen un funcionamiento muy similar en tanto las primeras tres experiencias mencionadas poseen locales abiertos al público cuyo abastecimiento en parte recurre al vínculo directo con productores cercanos en lo físico y en lo relacional y en parte, al accionar de operadores mayoristas -que pueden ser convencionales, agroecológicos, orgánicos y/o cooperativos (Castro, Fernández y García, 2024; Demicheli, 2024; Parodi, 2024). Mientras las experiencias de la ciudad de Buenos Aires poseen su propio vehículo y deben estar dispuestas a organizar y entregar a domicilio, -lo que requiere esfuerzos de almacenamiento y preparación de pedidos-, en Gualeguaychú la complejidad está dada por la necesidad de organizar (tercerizando el transporte) la logística del abasto de alimentos provenientes de los mayoristas agroecológicos del Mercado Central de Buenos Aires, ubicados a 200 km. de esta ciudad.

Los locales minoristas permiten aumentar la disponibilidad temporal para la compra (a diferencia de las ferias), ya que están abiertos en días y horarios típicamente comerciales. Allí los consumidores pueden acceder a alimentos agroecológicos (y/o convencionales), obtener (en principio) un mejor precio respecto a las verdulerías o supermercados; combinar la compra de alimentos sueltos con retiro de bolsones y las hortalizas con otras mercancías. En esta modalidad, las hortalizas son el punto de atracción para los clientes, pero se busca ampliar la oferta (con productos elaborados y/o de cooperativas) como medio para generar sostenibilidad económica.

Si bien esta última es central en todas las formas de CAA, en los locales lo es todavía más ya que implican mayores costos de funcionamiento (alquileres, impuestos, salarios, servicios, etc.). Todo lo cual ejerce tensiones difíciles de superar para las organizaciones que “surfean” entre la propuesta y la estrategia de la intermediación solidaria por un lado, y la necesidad de sobrevivir en un ámbito hostil donde lo que se impone es la lógica de la oferta y la demanda convencional. De hecho, dos de las experiencias relevadas se vieron obligadas a cerrar locales de venta minorista debido a la falta de sustentabilidad económica, situación que se vio aún más agravada por el contexto socioeconómico desfavorable que atraviesa el país desde 2024.

5. 1. 3. LAS FERIAS

En todos los territorios analizados se registraron ferias: en la ciudad de Buenos Aires, a través de la Facultad de Agronomía de la UBA en la cual participa Pueblo a Pueblo; en La Plata, donde en el Rectorado de la UNLP se encuadra el Paseo de la Economía Social y Solidaria; mientras que en Gualeguaychú se ubican la Feria Verde y la Feria Agroecológica de Plaza Belgrano. En ellas se construyen esquemas de comercialización sumamente directos en los que la tarea de comercialización la cumple (principalmente) el productor. Éste, pertenezca o no a una organización, se encarga tanto de transportar el alimento hasta los puntos de venta como de decidir cuánto de su producción llevar. Este esquema no requiere ni almacenamiento ni armado de pedidos (picking) ni coordinaciones con otros agentes comerciales o productivos, aunque sí con las autoridades locales o de las universidades.

Las ferias posibilitan el intercambio cara a cara, mayores condiciones para generar vínculos sociales entre las familias productoras (o quienes realicen las ventas) y los consumidores, generando mayor visibilidad del sujeto productor. Eliminan o reducen al mínimo la intermediación económica, por lo cual las familias vendedoras obtienen todo o gran parte del precio final de los alimentos. El mismo suele determinarse de forma conjunta entre los feriantes para no generar competencia entre ellos, y si bien se tiene como referencia los precios del mercado convencional, generalmente se intenta establecerlo por debajo de éste, aprovechando la menor intermediación. Por ello, redundan en mayores ingresos por unidad vendida. Allí, a diferencia de los bolsones, los consumidores pueden elegir qué tipo de variedad comprar y sus cantidades, lo cual (en principio) representa una ventaja para ellos[18]. En la venta directa la interacción a lo largo del tiempo genera vínculos de confianza entre productor/feriante y consumidor, lo que permite a los primeros tener un rol más activo en el proceso, conocer los gustos y preferencias de los consumidores, lo cual retroalimenta la oferta disponible y el vínculo entre los actores; y a la demanda le permite conocer cómo y quiénes producen los alimentos. Las desventajas se asocian a la influencia del clima en el funcionamiento de las ferias; el costo de oportunidad del trabajo que representa para las familias productoras/feriantes; la necesidad de realizar el transporte; los aprendizajes que requiere la tarea de venta; y la escasa periodicidad de las ferias (generalmente semanales) lo cual presenta un techo a la escala de producción que se puede comercializar a través de esta modalidad. Por el lado de los consumidores, ir a las ferias requiere disponer del tiempo para acceder en los horarios determinados, y la cercanía geográfica influye en los desplazamientos. A pesar de ello durante la pandemia muchas ferias se vieron obligadas a cerrar (lo cual en algunos casos “traccionó” la venta on-line de bolsones). Pero cuando se fueron flexibilizando las medidas de aislamiento, las ferias de venta directa fueron reabriendo.

Más allá de los problemas que enfrentan en cuanto a sostenibilidad económica, en la pospandemia las ferias continúan representando una referencia de los CAA por el entramado territorial y social que construyen. En ellas se encuentran productores/feriantes de diferentes organizaciones y diversos alimentos/productos; consumidores del barrio o incluso de zonas alejadas y se tejen articulaciones institucionales, con instituciones como el INTA, las universidades y/o ministerios. Uno de los desafíos en la pospandemia fue recuperar la confianza e incorporar nuevos hábitos, como combinar la venta suelta con el retiro de bolsones, o incorporar medios de pago electrónicos, así como hacer frente a las mayores exigencias de los consumidores en torno a, por ejemplo, obtener garantías respecto al modo de producción de los alimentos (si son agroecológicos, orgánicos o convencionales), un tema aún no resuelto del todo, aunque se ha venido avanzando en esta dirección.

5. 1. 4. VENTAS MAYORISTAS

En otro sentido, pero bajo la misma búsqueda por ampliar la escala de ventas o la modalidad de oferta, algunas experiencias vienen desarrollando la alternativa de ventas mayoristas. De las organizaciones analizadas en este proyecto, Cultura Alimentaria abrió la posibilidad de hacer pedidos mayoristas por medio de una página web, con la idea de aprovechar la logística y sus costos asociados, que representa el transporte desde La Plata a otras ciudades (Tandil, Balcarce, Mar del Plata, Moreno, CABA) que debe realizar para abastecerse de mercadería. Alimentos Cooperativos encara ventas mayoristas e institucionales (a escuelas del partido de San Martín), las cuales representaron, en 2021, entre el 40 y el 50% de su facturación. Tanto Alimentos Cooperativos como Cultura Alimentaria realizan el transporte con vehículos propios y complementariamente con fletes contratados, lo cual exige una preparación logística precisa dado el alcance territorial de las experiencias.

La metodología mayorista, al agregar eslabones de intermediación representa un punto de tensión entre la necesidad de crecimiento de las ventas (para que sean experiencias económicamente sostenibles) y las condiciones para sostener el acortamiento geográfico y social. Para algunos autores (Barros y Dumrauf, 2021) el objetivo no debe reducirse a la ampliación de volúmenes sino que también debe incorporar la promoción de la Economía Social, Solidaria y Popular entre los consumidores. Para otros autores (Le Velly y Dufeu, 2015; Caracciolo, 2019) es posible combinar ambos objetivos ya que puede mantenerse el acortamiento del circuito mediante la transmisión de información sobre el origen social de los alimentos y sobre su modo de producción y calidad (Venn et al., 2006), siendo este un punto central de dicho acortamiento social.

5. 2. INNOVACIONES DE CALIDAD

Por otra parte, se debe destacar un elemento común a las diferentes modalidades de circuitos que tuvo un punto de inflexión en la pandemia y con posterioridad: el referido a la calidad de los alimentos. En el contexto de aislamiento por Covid-19, las temáticas asociadas a la salud se resaltaron y se visibilizó un mayor interés por el tipo de alimento que se consume (al menos en las capas medias urbanas). Con lo cual, los procesos de transición hacia la agroecología intentaron expandirse y los CAA representan (en principio) un medio apropiado para ello ya que a priori los canales convencionales no son proclives a captar la diversidad

productiva de las variedades que conlleva la agroecología. En todo este proceso se destaca que el gran impulso lo han dado las organizaciones de productores/as (en su mayoría del sector de la agricultura familiar) y su decisión política de considerar la agroecología como base fundamental del modelo productivo a apoyar (Cieza et al, 2022). Esto es, se plantea al interior del sector productivo tanto la necesidad más inmediata de producir sin agroquímicos (por sus costos y los problemas de salud que generan), como (en algunos casos) el objetivo más estructural de construir un modelo productivo y social alternativo al actual.

La distribución de alimentos agroecológicos se articula (idealmente) con la propuesta social y económica de los CAA por construir una alternativa al modelo hegemónico de distribución y alimentación, al poner en relieve que los alimentos representan algo más que una simple mercancía, siendo fundamental su impacto en el ambiente y la salud de las personas. Para algunos autores (Renting, Marsden y Banks, 2003) las formas de producción son uno de los factores centrales que hacen a la alternatividad de los CAA, por lo cual es necesario que sean fortalecidas. Sin embargo, la relación entre la agricultura familiar dedicada a la agroecología y la emergencia de los CAA no necesariamente se da de manera correlacionada (Mier y Terán et al 2018; García, 2021), ya que pueden existir uno sin el otro.

Respecto a las organizaciones y experiencias analizadas en el proyecto, en su mayoría comercializan productos agroecológicos, orgánicos o “saludables”, aunque no con exclusividad (excepto el caso de Feria Agroecológica de la Plaza Belgrano y Ñandé Revolución que sí lo hacen). Gran parte de ellos comercializa también variedades de hortalizas y otros productos convencionales (en diferentes proporciones), lo cual nos da un indicio de la necesidad de contar con dichos alimentos para complementar la oferta, especialmente alimentos elaborados, porque en ocasiones no se cuenta con el volumen de productos agroecológicos necesario para abastecer a la demanda que acude a los CAA[19]. No obstante, aún la inclusión de productos elaborados convencionales de los pequeños productores enfrenta dificultades debido al volumen requerido de manera constante y la necesidad de formalizar actividades desde el punto de vista económico y sanitario (Craviotti, 2024a).

Desde este punto de vista, una mayor escala de ventas de los CAA puede dar lugar a nuevos problemas, como contar con la cantidad adecuada de alimentos con las cualidades diferenciales (agroecológicas) buscadas. En el caso de una de las iniciativas estudiadas -Mercado Territorial-, esto ocurrió durante la pandemia, donde los acuerdos alcanzados con nuevos productores de verduras, que asumieron el compromiso de avanzar hacia la agroecología, permitieron hacer frente a una mayor demanda. Aquí se plantea otro punto importante, relacionado con los obstáculos para poder transicionar, cuando los productores no perciben suficiente potencial en concretar ese cambio (asumiendo formas de producir radicalmente diferentes a las convencionales) por cuestiones de demanda, de insatisfacción en la remuneración alcanzada, o porque carecen de recursos para hacerlo, como ocurre en los casos de la Feria Verde o Pueblo a Pueblo. Por ende, uno de los desafíos centrales para la pospandemia es usufructuar y expandir el piso de visibilidad y debate que quedó como saldo luego del aislamiento, e intentar alcanzar un público más amplio que exceda al del consumidor comprometido o preocupado por su salud individual. Apoyar el desarrollo de la certificación participativa en agroecología puede contribuir con este objetivo, al aportar transparencia y garantía sobre las condiciones de producción y distribución diferenciales respecto del circuito convencional.

6. ESCALAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA: DESAFÍOS PENDIENTES

En el marco de un proceso que impuso reajustes e innovaciones necesarias para los CAA, la actual etapa de la pospandemia junto a la profundización de la crisis económica sin respuestas paliativas o contracíclicas del Estado, plantean desafíos adicionales a los emprendimientos alternativos de distribución de alimentos. Si bien algunos de ellos no son novedosos, es necesario precisarlos en el marco del nuevo contexto económico y social.

En primer término, se puede señalar que uno de los principales desafíos se encuentra en aprovechar la visibilidad social y política alcanzada por los CAA durante la pandemia de 2020 que, si bien tuvo su auge en ese periodo y luego decayó, dejó un piso más alto de conocimiento en los consumidores sobre lógicas y dinámicas respecto al periodo previo, junto a un salto organizativo en las experiencias por la multiplicidad de modalidades innovadoras. Esto es, se desarrollaron espacios como la venta mayorista o los locales minoristas al público como formas de ampliar y multiplicar la llegada a los consumidores (más allá de los comprometidos y/o politizados) aumentando la escala de ventas. Ello genera tensiones sobre los valores o ideales originales, pero a la vez permite alcanzar la sustentabilidad económica que es condición necesaria (aunque no suficiente) para proyectarse y crecer con el fin de erosionar el modelo convencional. En cuanto a aquellas modalidades que encontraron su techo, como los bolsones de hortalizas, pueden reconvertirse, o bien explicitar el mantenimiento de su oferta para un público particular.

En segundo término, ante la multiplicidad de modalidades de distribución de todas las experiencias durante la pandemia y a posteriori, emergió cierta competencia por el público a abastecer entre las organizaciones y/o emprendimientos individuales[20], especialmente cuando cayó la demanda. Ante ello, como eventual estrategia para subsanar o moderar la concurrencia dentro del propio sector alternativo, se puede mencionar la importancia de los acuerdos entre quienes forman parte del mismo sector, que pueden pasar por: establecer criterios comunes en cuanto a la forma de determinación de los precios; no superponer espacios de comercialización en áreas cercanas, incursionando en otras; o construir puntos de logística regionales articulando recursos (como propone Alimentos Cooperativos). No obstante, lo que arroja el material relevado durante la investigación es que las vinculaciones estables y estratégicas con actores del mismo campo que excedan las cuestiones puntuales (como el abastecimiento cotidiano de productos) han sido limitadas[21]. Una cuestión para tener presente es que no se trata de un sector homogéneo: hay diferencias en materia de acceso a recursos, no necesariamente económicos, sino también culturales y simbólicos. Es decir que no se trata de un “campo” nivelado (Craviotti, 2024b).

En tercer lugar, algunas alternativas (complementarias o no) al logro de acuerdos con otros actores del mismo campo, que permitan ampliar el alcance de estas iniciativas, son las de desarrollar otros formatos y canales de venta; reforzar el énfasis en la calidad de los productos ofrecidos con información completa y confiable, y/o agregar nuevas actividades y servicios que refuercen el compromiso de los consumidores. Algunas de ellas pueden ser: desarrollar acuerdos de preventa en las experiencias más consolidadas -como es el caso de los grupos de consumo AMAP (Asociación por el Mantenimiento de la Agricultura Campesina) en Francia, o GAS (Grupos de Compras Solidarias), en Italia-; encuentros en los locales y/o visitas a las quintas; entrega de material complementario bajo la forma de recetas e información nutricional de los alimentos; o de algún material lúdico y de aprendizaje para los integrantes del hogar. Por ende, las estrategias para reforzar el interés y participación de los consumidores siguen siendo aspectos por explorar y profundizar, tanto para afianzar el vínculo con el público comprometido, como para llegar al nuevo. Para ello, el rol estatal es central para crear los puentes necesarios, ya sea desde generar debates en torno al consumo de alimentos en los centros urbanos, hasta sustentar una eficiente y adecuada logística mediante la inversión en infraestructura o la cobertura de algunos costos.

En este sentido, cabe destacar el rol facilitador de los intercambios desempeñado por ciertas áreas de las universidades públicas, como la UNLP o la Universidad Nacional de Quilmes, vinculadas a programas de extensión, el INTA y algunos programas públicos que, aunque parciales como ya se indicó previamente, resultan necesarios. En ese sentido, estabilizar y escalar redes es entonces, otro de los desafíos que se plantea a los CAA para lograr la continuidad y traccionar cambios en el régimen alimentario prevaleciente.

Algunas de las estrategias esbozadas permitirían afrontar varios de estos desafíos de manera simultánea. Un punto importante es que la identificación de estrategias debe ir acompañada de la evaluación de sus posibles consecuencias e impactos en otros planos: algunas propuestas que en teoría pueden ser eficaces para enfrentar ciertos problemas (como la de desarrollar más espacios de comercialización para ampliar la escala de ventas) pueden incrementar las tensiones internas (hacer más difuso el compromiso de los miembros y la identidad de la iniciativa, como señalaron Bauni et al., 2015) o externas (aumentar la competencia con otros emprendimientos similares, de no existir instancias de articulación previas que tengan en cuenta vacíos o áreas de vacancia).

En resumidas cuentas, gran parte de los desafíos que enfrentan estas experiencias son complejos, ya que tienen su raíz en la voluntad de desarrollar alternativas para el abastecimiento de alimentos que consideren valores solidarios a través del mercado. La coexistencia con el sistema convencional de abastecimiento limita las opciones posibles en la práctica, ya que su hegemonía establece los parámetros generales para permanecer en la actividad, cuando se apunta a alcanzar cierta escala en la operatoria o a ampliar el mercado “anidado” (Ploeg et al., 2012) de los actores originalmente comprometidos con los proyectos. Particularmente, los precios del acopiador suelen ser un parámetro de comparación para los productores de verduras, por lo que el desafío es poder construir -y sostener- precios que tengan en cuenta los costos de producción de las familias y no estén sujetos a las fluctuaciones de la oferta y la demanda, como en el caso del mercado convencional; una cuestión por explorar es la homogeneidad de precios en el caso de los productores que abastecen diferentes circuitos alternativos. Para los trabajadores, en cambio, el parámetro suele ser la remuneración del sector de actividad donde se desempeñan (comercio), aunque conceptualmente la figura de asalariado y la de socio de una cooperativa de trabajo sean diferentes. El desafío de fondo es entonces, construir -y poder sostener- otras ventajas para los participantes, que no pasen exclusivamente por lo económico. Particularmente la modalidad de los locales minoristas tiene el reto de consolidar su identidad política y comercial, apelando a los alimentos agroecológicos y/o visibilizando más a los sujetos productivos y sus condiciones de producción y de vida, entre otros posibles caminos.

7. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este artículo se examinó la evolución experimentada por las formas más conocidas de los CAA (ferias y distribución de bolsones) y otras más novedosas (locales de venta minorista y distribución mayorista) en áreas seleccionadas de la región pampeana. El análisis realizado dio cuenta de los mecanismos de experimentación e innovaciones ensayados por las experiencias estudiadas, en su intento de encontrar compromisos entre diferentes objetivos.

Desde nuestra perspectiva, las problemáticas que fueron emergiendo a lo largo del desarrollo de los CAA constituyeron oportunidades para desarrollar nuevas respuestas, que en esencia son pasibles de redefinición, en tanto se inscriben en procesos sociales dinámicos y contextos cambiantes. Las ambivalencias, disonancias y contradicciones no deben oscurecer los procesos de aprendizaje social que forman parte de buena parte de estas iniciativas (Nemes et al., 2023), cuya existencia y continuidad depende (entre otras cuestiones) del compromiso de los directamente involucrados -productores, trabajadores y consumidores-, así como de políticas activas por parte del Estado y de la evolución de la economía nacional.

Entre los principales elementos que surgieron del proyecto de investigación, en primer término existe un elemento contextual pero de fuerte incidencia en los procesos analizados. Concretamente, la pandemia por Covid-19 puso en jaque el modo de vinculación de la sociedad en diversos órdenes, entre los que se encontraron la producción y abastecimiento de alimentos. Dicha coyuntura supuso un estado de crisis, pero al mismo tiempo, para las organizaciones que llevan adelante procesos alternativos de distribución alimentaria, también representó un periodo de innovaciones y reajustes necesarios en sus prácticas y mecanismos de llegada al público consumidor. Aunque en ocasiones la implementación de dichas prácticas se dio mediante un patrón de ensayo y error, en la mayoría de las experiencias analizadas se logró un salto organizativo y estructural en materia logística (infraestructura de acopio y distribución).

Asimismo, se trató de un momento de profundización de las críticas al modelo convencional (diagnóstico de la situación) y de catalización de las propuestas de reducción de la intermediación, búsqueda de precios equitativos, fomento de la producción agroecológica. No sólo se apuntó a la transformación del sistema de producción, abastecimiento y consumo de alimentos, sino que también se reforzaron las relaciones sociales entre los actores.

Sin embargo, y particularmente en el caso de los bolsones -modalidad que contribuyó significativamente a instalar la agroecología y a “construir” la demanda-, el ímpetu de las innovaciones de reajuste logradas con la irrupción de la pandemia se fue desvaneciendo con la vuelta a normalidad, debilitándose su condición de ícono del modelo alternativo.

En contraste, en el período pospandémico las mayores innovaciones se dieron en la apertura de nuevos locales de venta minorista y la construcción de redes mayoristas de aprovisionamiento y distribución, haciendo de esta última (posiblemente) la innovación con mayor potencial para reconfigurar la estructura de las organizaciones, y a partir de su escalamiento, del sistema como un todo. Ello implicaría -de ampliarse el énfasis en alimentos producidos de manera amigable para el medio ambiente y la salud de las personas, el sistema de precios justos y la inclusión de la producción familiar y en pequeña escala- un cambio significativo en las relaciones de poder entre los actores. Al mismo tiempo, esta modalidad plantea desafíos adicionales en términos de sostener y afianzar el acortamiento social del circuito. Entre otras estrategias posibles, ello podría lograrse reforzando la difusión de información sobre los sujetos productivos y sus condiciones de vida y producción.

En conjunto, los cambios analizados constituyeron innovaciones sociales, en tanto implicaron prácticas orientadas a fomentar la inclusión y el bienestar de las personas, a través de la mejora de las relaciones sociales y modificaciones en las relaciones de poder. Ponemos énfasis en este aspecto - el objetivo o intencionalidad de las prácticas-, que permiten inscribirlas dentro de este tipo particular de innovación, a diferencia de las puramente económicas o tecnológicas.

En cuanto a la relación con el sistema alimentario dominante, los cambios identificados supusieron, más que estrategias rupturistas de confrontación directa, la combinación de estrategias intersticiales -o de construcción gradual de nuevas formas de organización de la sociedad civil- y simbióticas -compromisos con algunos actores estatales y del mercado convencional- que habilitan a pensar en un desplazamiento, en el futuro, de los equilibrios de poder en la sociedad. En este sentido, un punto importante a reforzar en las iniciativas refiere a la construcción conjunta y seguimiento de algunos indicadores clave, que permitan ir monitoreando -y readecuando- los avances logrados.

La creciente visibilidad y escala de los CAA (en cuanto a cantidad de personal, canales de distribución, herramientas on-line, ventas) conlleva el desafío de consolidar y potenciar las innovaciones logradas, y al mismo tiempo sostener y/o profundizar el grado de alternatividad y coordinación entre los actores del campo alternativo. El actual contexto socioeconómico es adverso para ello, pero la organización y fortaleza de los CAA es una condición necesaria para poder potenciarse en otro panorama económico y político.

En el marco socioeconómico global actual que restringe sustantivamente el espacio de lo público y promueve el ajuste macroeconómico y reducción del Estado, se agudizan los desafíos para las organizaciones que promueven este tipo de circuitos, ya que no cuentan con herramientas estatales de promoción y -al menos en el caso argentino- se observa una marcada reducción del consumo. Restará por ver si priman los principios de la Economía Social, Solidaria y Popular o se transita un camino de convencionalización de la actividad, tal como ha sido discutido para otros contextos sociales (Sánchez-Hernández y Espinosa Seguí, 2020). Concretamente, la mera búsqueda de sostenibilidad económica y fortalecimiento de las capacidades competitivas de cada CAA vistos de manera individual podría ir en detrimento de los principios de la ESSyP en los que aspiran a sustentarse. En contraste, el escalamiento de las redes entre los actores protagonistas de estas iniciativas, y la democratización del acceso a la alimentación “sana” a más consumidores permitiría traccionar los valores sustantivos que dieron origen a estos circuitos. En otras palabras, contribuiría a superar el espacio de los consumidores ya comprometidos o militantes.

Contraoponer los valores de solidaridad entre sectores del pueblo organizado ante lo convencional, puede constituir un nodo de resistencia a coyunturas adversas y allí los CAA tienen un espacio para el protagonismo, ya que cuentan con experiencia y diversas herramientas para potenciar sus estrategias. El reto entonces es continuar debatiendo y enriqueciendo el análisis con vistas a lograr avances significativos en los años venideros. El desafío es tan ambicioso como complejo, ya que el abastecimiento de un público amplio requiere de mayores niveles de recursos, organización y coordinación, y al mismo tiempo convivir con (y simultáneamente tensionar) los estándares de comercialización convencional.

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo fue posible gracias a la colaboración de los organizadores y trabajadores de las experiencias analizadas, y al financiamiento del proyecto PICT 2019-2650 otorgado por la Agencia Nacional de la Promoción de la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación.

Referencias bibliográficas

- Barros, A. y Dumrauf, S. (2021). Comercializadora Universitaria La Justa. Experiencia de intermediación solidaria y economía popular en el marco de la pandemia. [Archivo PDF]. <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/130181/Documento.pdf-PDFA-450-457.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bauni, N., Díaz, M., Fajn, G. y Molina, M. (2015). Experiencias de comercialización en la economía social: definiciones, prácticas, problemáticas y debates. *Revista del Observatorio Social sobre Empresas Recuperadas y Autogestionadas*, 12 (2)
- Caracciolo, M. (2019). Espacios comerciales alternativos de la agricultura familiar: Criterios para su análisis y diferenciación. En M. L. Viteri, S. Dumrauf, y M. Moricz (eds.), *Mercados: Diversidad de prácticas comerciales y de consumo* (pp. 133-160). INTA.
- Castro, A., Fernández, L. y García, M. (2024). Circuitos alternativos de comercialización de la ciudad de La Plata, centrándonos en el rol de sus organizadores/as, en C. Craviotti, L. Fernández y M. García (Comp.), *Circuitos alimentarios alternativos: actores sociales, prácticas y desafíos* (pp. 109-128). Editorial: Biblos.
- Cattaneo, C. (2023). Los circuitos alimentarios alternativos en la Argentina. Reflexiones sobre sus complejidades e implicancias para la políticas públicas (1990-2023). *Revista Estado y Políticas Públicas*, 20, 209-227.
- Cendón, M. L., Bruno, M. P., Lacaze, M. V., Molpeceres, M. C., y Zulaica, M. L. (2023). La conceptualización de los canales cortos de comercialización. *Debates en Sociología* 57, 273-96. doi: 10.18800/debatesensociologia.202302.011.
- Cieza, R. I., Seibane, C., May, M. P., Ferraris, G., Mendicino, L., y Larrañaga, G. (2022). Incorporación del enfoque agroecológico en sistemas productivos de La Plata y territorios de cercanía. *Revista De La Facultad De Agronomía*, 121(1), 087. <https://doi.org/10.24215/16699513e087>
- 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. (2024a). Intermediarios híbridos: análisis de dos experiencias de comercialización alternativa en la ciudad de Buenos Aires, en C. Craviotti, L. Fernández y M. García (Comp.), *Circuitos alimentarios alternativos: actores sociales, prácticas y desafíos* (pp. 59-84). Editorial: Biblos.
- Craviotti, C. (2024b). La conformación del “campo” de la comercialización alternativa de alimentos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Aportes para una visión sociológica, en C. Craviotti, L. Fernández y M. García (Comp.), *Circuitos alimentarios alternativos: actores sociales, prácticas y desafíos* (pp. 37-58). Editorial: Biblos.
- Craviotti, C., y Demicheli, J.C. (2023). Circuitos alternativos de alimentos: Prácticas y discursos en el abastecimiento mayorista de productos agroecológicos y orgánicos. *Mundo Agrario*, 24(55):e201. doi:10.24215/15155994e201
- Demicheli, J. C. (2024). Abastecimiento frutihortícola en una ciudad intermedia argentina: explorando caminos alternativos en Gualaguaychú, Entre Ríos, en C. Craviotti, L. Fernández y M. García (Comp.), *Circuitos alimentarios alternativos: actores sociales, prácticas y desafíos* (pp. 129-160). Editorial: Biblos.
- Fernández, L. y Craviotti, C. (2022). Circuitos alternativos de comercialización en pandemia. Actores, dispositivos y procesos de adaptación. El caso de La Plata (Argentina). *Papeles de Trabajo*. (43). doi:10.35305/revista.vi43.210.
- García, M. (29 de octubre de 2021). *Los canales alternativos de comercialización y el desafío del eslabón más débil*. <https://thetricontinental.org/es/argentina/despojocuaderno5-garcia/>

- García, M., Fernández, L., y Castro A. (2024). Delimitación y caracterización de los productores hortícolas agroecológicos de La Plata participantes de los circuitos alternativos de comercialización, en C. Craviotti, L. Fernández y M. García (Comp.), *Circuitos alimentarios alternativos: actores sociales, prácticas y desafíos* (pp. 161-180). Editorial: Biblos.
- Le Velly, R., y Dufeu, I. (2016). Alternative food networks as «market agencements»: Exploring their multiple hybridities. *Journal of Rural Studies*, 43, 173-182. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.11.015>
- López, A. L. (2021). El trabajo y los desafíos de la primera federación de comercializadoras de Argentina. Entrevista a los trabajadores de la Federación Alta Red” *Revista Idelcoop*, 235, 103-112.
- Mier y Terán, M., Giraldo, O.F., Aldasoro, M., Morales, H., Ferguson, B., Rosset, P., Khadse, M. y Campos, A (2018). Bringing agroecology to scale: Key drivers and emblematic cases. *Journal Agroecology and Sustainable Food Systems*, 42 (6): 637-665
- Moulaert, F., MacCallum, D. y Hillier, J. (2013). Social innovation: intuition, precept, concept, theory and practice. En F. Moulaert, D. MacCallum, A. Mehmud y A. Hamdouch, *The International Handbook of Social Innovation*. Elgar.
- Nemes, G., Reckinger, R., Lajos, V. y Zollet, S. (2023). ‘Values-based Territorial Food Networks’—Benefits, challenges and controversies. *Sociologia Ruralis*, 63, 3–19. <https://doi.org/10.1111/soru.12419>
- Parodi, G. (2024). Mercado Territorial: un caso de intermediación solidaria en la comercialización alternativa de alimentos, en C. Craviotti, L. Fernández y M. García (Comp.), *Circuitos alimentarios alternativos: actores sociales, prácticas y desafíos* (pp. 85-108). Editorial: Biblos.
- 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.
- Ploeg Van Der, J. D., Jingzhong, Y., y Schneider, S. (2012). Rural development through the construction of new, nested, markets: Comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. *Journal of Peasant Studies*, 39 (1), 133-173. <https://doi.org/10.1080/03066150.2011.652619>
- Renting, H., Marsden, T. K., y Banks, J. (2003). Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development. *Environment and Planning A. Economy and Space*, 35 (3), 393-411. <https://doi.org/10.1068/a3510>
- Rossi, A.; Coscarello, M, y Biolghini, D. (2021). (Re)Commoning Food and Food Systems. The Contribution of Social Innovation from Solidarity Economy. *Agriculture*, 548. <https://doi.org/10.3390/agriculture11060548>
- Sánchez- Hernández, J. L. y Espinosa Seguí, A. (2020) ¿Alternativa o adaptación? los grupos de consumo de alimentos ecológicos en el área urbana de Alicante. *Scripta Nova*. 24(638).
- Sola, J. (2021). Las utopías reales de Erik Olin Wright: ¿una reconstrucción científica del socialismo utópico? *Revista Española de Sociología*, 30 (2), a42. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.42>
- Venn, L., Kneafsey, M., Holloway, L., Cox, R., Dowler, E. y Toumainen, H. (2006). Researching European «alternative» food networks: Some methodological considerations. *Area*, 38 (3), 248-258. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4762.2006.00694.x>
- Viteri, M. L., Vitali, J. y Quinteros, G. (2020). *Innovar en tiempos de pandemia. Agricultura familiar en Argentina*. Buenos Aires: INTA.

Zubero, I. (2015). Innovación social. Una propuesta para pensar las prácticas sociales en clave de transformación. En J. Subirats y A. García Bernados (Eds), *Innovación social y políticas urbanas en España. Experiencias significativas en las grandes ciudades*, (pp. 13-42). Icaria.

NOTAS

- [1] Ciudad Autónoma de Buenos Aires; La Plata; Quilmes y Gualeguaychú (Provincia de Entre Ríos)
- [2] Complementariamente se entrevistó a productores, consumidores y otros informantes.
- [3] Sin embargo, cabe observar que desde el punto de vista operativo, la propuesta de este autor es más amplia, incluyendo en su definición a los mercados institucionales, y a los circuitos de distribución mayorista de alimentos.
- [4] Se utiliza en este caso un seudónimo a pedido de uno de los informantes.
- [5] Federación de Organizaciones Nucleadas de la Agricultura Familiar
- [6] Ofreció esta posibilidad a través de su venta on-line pero dejó de hacerlo.
- [7] Tiene local en casa particular, aunque no está totalmente visible al público.
- [8] Tuvo venta en feria en sus inicios pero no participaba cuando se realizó el trabajo de campo
- [9] Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria
- [10] Universidad Nacional de Quilmes
- [11] Vendió bolsones esporádicamente.
- [12] Federación Rural para la Producción y el Arraigo
- [13] Universidad Nacional de La Plata
- [14] La estrategia denominada Plan de Alimentación Sana, Segura y Soberana fue institucionalizada en el año 2021, a pesar de ya venir existiendo desde 2018, y ha sido interrumpida con el cambio de gestión municipal del 2023.
- [15] Puntos de concentración espacial a donde se distribuyen los bolsones, para que los consumidores que previamente reservaron, los retiren.
- [16] Según estimaciones aproximativas, para el caso de La Plata, las ventas de los circuitos alternativos durante el pico máximo de entregas durante el año 2020, alcanzó al 1,8% de la población platense. (Fernández y Craviotti, 2022)
- [17] Mercado Territorial reinauguró un local en la Universidad de Quilmes bajo la denominación de “Despensa UNQ/Almacén Autogestivo”. Ver: <https://www.unq.edu.ar/noticias/se-inauguro-la-despensa-unq-almacen-autogestivo/>
- [18] En algunas ferias como la del Paseo de la Economía Social y Solidaria, también existe la posibilidad de retirar bolsones.
- [19] Por ejemplo, en García, Fernández y Castro (2024), según un relevamiento realizado para la actividad hortícola de 2021 en La Plata, más de la mitad de los Establecimientos Hortícolas que venden toda o una parte de su producción por CAA, no venden producción agroecológica.
- [20] En Fernández y Craviotti (2022) se identifican algunos casos de este tipo en el partido de La Plata durante la pandemia.
- [21] Una mención merece la Cooperativa Alta Red (<https://agenciatierraviva.com.ar/alta-red-una-alianza-cooperativa-para-la-alimentacion-sana-y-los-precios-justos/>), creada en 2021 por iniciativa de algunas comercializadoras solidarias (véase López, 2021; Craviotti y Demicheli, 2023)

AmeliCA

Disponible en:

<https://portal.amelica.org/amei/amei/journal/181/1815522006/1815522006.pdf>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en portal.amelica.org

AmeliCA

Ciencia Abierta para el Bien Común

Lisandro Fernández, Clara Craviotti, Juan Cruz Demicheli,
Andrea Soledad Castro, Gabriela Parodi

**La pospandemia ya llegó. Innovación, desafíos y alcances
de los Circuitos Alimentarios Alternativos.**

**The post-pandemic is here. Innovation, challenges, and
scope of Alternative Food Circuits.**

**O pós-pandemia chegou. Inovação, desafios e
abrangência dos Circuitos Alimentares Alternativos.**

*Estudios Rurales. Publicación del Centro de Estudios de la
Argentina Rural*

vol. 16, núm. 33, 2026

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

estudiosrurales@unq.edu.ar

ISSN: 2250-4001

DOI: <https://doi.org/10.48160/22504001er33.648>



CC BY-NC-SA 4.0 LEGAL CODE

**Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-
CompartirIgual 2.5 Argentina.**