

De Pandemias y seguridad alimentaria: Mapeo de circuitos cortos de abastecimiento en Río Negro - Datos relevados

Pandemias e segurança alimentar: Mapeamento de circuitos curtos de abastecimento em Río Negro - Dados coletados.

Pandemics and food security: Mapping of short supply circuits in Río Negro - Data collected

Maria Dulce Henriquez Acosta *

mariadulceh@gmail.com

Evelyn Del Valle Colino **

ecolino@unrn.edu.ar

Mariana Savarese ***

msavarese@unrn.edu.ar

Resumen: En el contexto pandémico vivido durante el 2020, la Universidad Nacional de Río Negro y la Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos llevaron adelante el proyecto “De Pandemias y seguridad alimentaria: Mapeo de circuitos cortos de abastecimiento en Río Negro”, con el objetivo de relevar y mapear las numerosas y diversas organizaciones de productores, de consumidores, y productores familiares que conforman circuitos cortos de abastecimiento de alimentos. El mismo se desarrolló en el marco del Programa de Articulación y Fortalecimiento Federal de las Capacidades en Ciencia y Tecnología Covid-19 (Mincyt-COFECYT). Este relevamiento, el primero de este tipo que se lleva adelante en la provincia, busca contribuir con herramientas estratégicas de información al diseño y formulación de políticas territoriales orientadas a garantizar el abastecimiento alimentario durante y después de la pandemia del COVID-19. En el presente artículo analizamos los circuitos cortos de abastecimiento alimentario bajo el enfoque de la Economía Social, Popular y Solidaria, el perfil de estos circuitos en el caso de Río Negro, desde una perspectiva territorial e histórica, así como las principales características emergentes del mapeo.

Palabras claves: circuitos cortos de alimentos, economía social, mapeo



Otra Economía, vol. 15, n.28, 166-183 - julio/diciembre 2022 - ISSN 1851-4715 - Recibido: 29/09/2022 - Aceptado: 15/10/2022

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO: Henriquez Acosta, M. D.; Del Valle Colino, E. y Savarese, M. (2022) De Pandemias y seguridad alimentaria: Mapeo de circuitos cortos de abastecimiento en Río Negro - Datos relevados. *Otra Economía*, 15(28), 166-183

* CIETES – UNRN Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Territorio, Economía y Sociedad, Universidad Nacional de Río Negro, Bariloche, Argentina.

** CIETES – UNRN Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Territorio, Economía y Sociedad, Universidad Nacional de Río Negro, Bariloche, Argentina.

*** CIETES – UNRN Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Territorio, Economía y Sociedad, Universidad Nacional de Río Negro, Bariloche, Argentina.

Resumo: No contexto de pandemia vivido em 2020, a Universidade Nacional de Río Negro e a Rede Cooperativa Alimentar Patagônica realizaram o projeto “Sobre Pandemias e Segurança Alimentar: Mapeamento de circuitos curtos de abastecimento em Río Negro”, com o objetivo de levantar e mapear as inúmeras e diversas organizações de produtores, consumidores e produtores familiares que compõem os circuitos curtos de abastecimento de alimentos. Foi desenvolvido no âmbito do Programa de Coordenação e Fortalecimento Federal de Capacidades em Ciência e Tecnologia Covid-19 (Mincyt-COFECYT). Este inquérito, o primeiro do gênero realizado na província, procura contribuir com ferramentas de informação estratégica para o desenho e formulação de políticas territoriais destinadas a garantir o abastecimento durante e após a pandemia de COVID-19. Neste artigo analisamos os circuitos curtos de abastecimento de alimentos sob o enfoque da Economia Social, Popular e Solidária, o perfil desses circuitos no caso de Río Negro, a partir de uma perspectiva territorial e histórica, bem como as principais características emergentes de o mapeamento.

Palabras- claves: circuitos curtos de alimentación, economía social, mapeamento

Abstract: In the context of the global climate crisis, the concept of circular economy (CE) has gained momentum, as well as the need to develop proposals for climate change mitigation and adaptation. On the other hand, the literature shows a clear lack of articulation between the concepts of popular economy (PE) and circular economy. However, case studies show that popular sectors have developed and continue to develop circular practices as a way of generating income and improving their living conditions. At the same time, these sectors ascribe themselves to the concept of PE and use it as a category to vindicate their struggles. This paper presents an empirical case, in which sectors of the popular economy develop panels from recycled Styrofoam to improve the thermal insulation of homes in poor neighbourhoods. Based on this case, we propose the concept of Popular and Circular Economy (PCE) and seek to shed light on the technologies that may be associated with PCE practices

Keywords: short food supply circuits, social economy, mapping

Introducción

La creciente concentración, transnacionalización y oligopolización del sistema agroalimentario argentino provoca la paulatina exclusión del pequeño productor (Teubal 2002, Carballo 2018), impactando en la disminución de la diversificación de la producción de alimentos y la cercanía de los mismos. Siguiendo a Teubal (2002), los cambios sociales y económicos han profundizado las asimetrías y el grado de dependencia de los agricultores familiares, que, pese a su relevancia, encuentran una multiplicidad de problemas que condicionan el desarrollo del sector, en lo referente al acceso de las semillas, a la producción, a la circulación y la distribución de los productos que generan. Como respuesta social a estas problemáticas, han proliferado experiencias comunitarias de acceso alimentario desde las organizaciones sociales y territoriales, así como iniciativas asociativas o colectivas que buscan mejorar las condiciones de trabajo, producción e ingresos de la agricultura familiar, la economía popular y las cooperativas de alimento (Jurado, 2018). Estas tendencias a nivel nacional, tienen su correlato a nivel de las regiones, impactando de diferente manera según las características propias de cada territorio. En la Patagonia, el problema del abastecimiento alimentario se acentúa por las grandes distancias que recorren desde el centro productor y por las dificultades logísticas que se presentan ante situaciones climáticas extremas como las fuertes nevadas, lluvias o las crisis provocadas por la erupción del volcán Puyehue en el 2011.¹

En el caso particular de la provincia de Río Negro, ubicada al norte de la región Patagonia, procesos globales como la concentración de la producción y distribución de alimentos en gran escala y la valoración continua de la tierra debido a una urbanización creciente, vuelven compleja la producción de alimentos y el acceso a los mismos. Los pequeños productores de la región presentan limitaciones estructurales -dificultades en el acceso y tenencia de la tierra, en el uso del agua, dificultades a la hora de insertarse en los mercados tradicionales y altos costos de transporte hacia los lugares de consumo-, que limitan la comercialización de la agricultura familiar en la región y atentan contra la sostenibilidad de los productores.

La crisis de la pandemia del COVID-19 expuso y agudizó esta problemática y otras grandes vulnerabilidades, provocando que muchas familias vieran afectados sus ingresos y capacidad de reproducción de la vida; dejando en evidencia la necesidad de que los ingresos generados en los territorios se queden y se multipliquen para reactivar las economías locales. La cuarentena obligatoria establecida por las autoridades nacionales dificultó la conectividad y el abastecimiento de regiones más alejadas. En este contexto tomaron relevancia aquellos circuitos cortos de abastecimiento de alimentos o los llamados alimentos de proximidad- también conocidos como productos km. 0- en especial, las estrategias llevadas adelante por productores de la agricultura familiar.

En este marco, en 2020, desde la Universidad Nacional de Río Negro (UNRN) y la Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos se decide llevar adelante un proyecto con el objetivo de relevar y mapear las numerosas y diversas organizaciones de productores y organizaciones de consumidores, así como también productores familiares existentes en la provincia de Río Negro que conforman circuitos cortos de abastecimiento de alimentos; con el objetivo de contribuir con herramientas estratégicas de información al diseño y formulación de políticas territoriales orientadas a garantizar el abastecimiento durante y después de la pandemia del COVID-19. El relevamiento abarcó ferias, comercializadoras y mercados populares, nodos de consumo, organizaciones de productores y productores familiares vinculados a algunas de estas experiencias.

En el presente artículo se exponen los datos preliminares que surgieron de la investigación, así como algunas discusiones y debates centrales que llevan adelante las organizaciones en torno a la cuestión del abastecimiento alimentario. Antes de abordar este núcleo central se indaga en la conceptualización de circuitos cortos de abastecimiento alimentario y sus vínculos con la Economía Social, Popular y Solidaria (ESPyS), y se realiza un repaso del caso rionegrino desde una perspectiva histórica-territorial, así como una descripción breve del proceso metodológico llevado adelante.

1. Conceptualizaciones de circuitos de abastecimiento alimentarios en clave de circuitos socioeconómicos

Los circuitos cortos de abastecimiento de alimentos se han revalorizado en los últimos años como estrategias para una relación de intercambio más equilibrada entre pequeños productores y los demás actores del mercado (Saravia Ramos, 2020; Sevilla, 2012). Diversos estudios clasifican estas experiencias según la cantidad de intermediarios y la cercanía. Así, por ejemplo, en el Boletín técnico de CEPAL-FAO-IICA (2014) los circuitos cortos se clasifican en: venta directa en la explotación; venta directa en ferias locales, venta en tiendas y supermercados locales; reparto a domicilio; venta anticipada;

¹ La erupción del complejo volcánico Puyehue-Cordón Caulle de 2011 es una erupción volcánica que se inició en el complejo volcánico homónimo en Chile, el 4 de junio de 2011. La nube de cenizas alcanzó principalmente las ciudades de Villa la Angostura, Villa Traful, San Carlos de Bariloche, Buenos Aires, Montevideo, Puerto Argentino. En esa oportunidad el aeropuerto internacional de S.C de Bariloche se mantuvo fuera de operaciones durante meses.

venta por correspondencia o comercio electrónico; consumo directo en la explotación (agroturismo); venta directa a programas institucionales del sector público; ventas en mercado internacional. Saravia Ramos (2020) por su parte, categoriza los circuitos cortos en ferias, plataformas digitales, cooperativas de consumo y tiendas especializadas, avanzando también en una tipología de consumidores, entre otras tantas clasificaciones centradas en la cantidad de intermediarios principalmente. Sin embargo, estas clasificaciones amplias colocan el eje de estudio en el consumidor y/o productores tratados individualmente. Por otro lado, no discriminan a aquellos circuitos construidos en torno a las estrategias de las grandes empresas (Sevilla, 2012) de aquellos más territoriales conformados por productores locales/regionales, tampoco discriminan si están conformados por productores de la agricultura familiar o no, invisibilizando las relaciones de poder dentro del sistema agroalimentario (Cuéllar *et al.*, 2013). En este sentido, rasgos como la autogestión, la asociatividad y la búsqueda de inserción de los agricultores familiares, acercan más estas experiencias a la denominación de circuitos socioeconómicos alimentarios (Pastore, 2020). En los circuitos, las relaciones y flujos económicos que median entre la producción, la comercialización y el consumo, están orientados a incrementar los niveles de venta, trabajo e ingresos de pequeños productores y cooperativas de alimentos, y al mismo tiempo, a mejorar las condiciones de acceso a una alimentación saludable para la población asociada a los mismos (Pastore, 2020).

Mirar los circuitos cortos de abastecimiento alimentario con el prisma del enfoque de la ESPyS implica comprender formas asociativas que van desde la intermediación solidaria, popular, cooperativa de grupos formales y no formales, así como formas más arraigadas como ferias, comercializadoras y almacenes populares; y otras más actuales como nodos de consumo, compras comunitarias o colectivas, así como sistemas innovadores que abarcan una escala territorial mayor. Este enfoque permite diferenciarlos de aquellos circuitos insertos en mercados más convencionales, aunque ambos circuitos se imbrican y relacionan de forma compleja.²

2. Los circuitos cortos de abastecimiento alimentario en la Provincia de Río Negro

Una mirada preliminar nos muestra que en la Provincia de Río Negro existen numerosas organizaciones de productores y de consumidores insertos en circuitos cortos, que intentan minimizar la cantidad de intermediarios en la cadena y buscan un vínculo más directo. Estas experiencias se hallan conformadas por productores de la agricultura familiar y muchas presentan características autogestivas y cooperativas. Algunas de estas organizaciones cuentan con una larga trayectoria, con operatorias de gestión consolidadas y un fuerte arraigo territorial. Podemos mencionar entre ellas, nodos o grupos de compras organizados bajo distintas formas jurídicas o de manera informal que nuclean a familias para comprar de manera conjunta según criterios acordados, como el Nodo de Consumo Soberano en el Alto Valle del Río Negro (2014 a la actualidad) o el Nodo de consumo Al Margen de Bariloche. Por otro lado, cooperativas y asociaciones de productores de larga trayectoria, como la Cooperativa Ganadera Indígena de Ingeniero Jacobacci, que desde el año 1971 nuclean 180 pequeños productores ganaderos, y que lleva adelante la venta conjunta de ovinos y caprinos así como múltiples estrategias de consumo hacia sus asociados; la Asociación Hortícola de Alto Valle, la Cooperativa Aromáticas del Valle y la Cooperativa de Apicultores del Comahue Ltda., así como distintas ferias ya tradicionales distribuidas a lo largo de la provincia. Dadas las distancias en Patagonia a los grandes centros proveedores, estos grupos aportan una solución a la logística de traer productos extra-regionales a precios más accesibles

² Para ampliar el concepto de circuitos socioeconómicos alimentarios recomendamos leer el artículo de Pastore, que se publica en este mismo Dossier.

como en el caso de la yerba, el azúcar, el aceite, la harina y otros alimentos de primera necesidad que se compran en grandes cantidades y de forma directa a cooperativas.

En el 2019 se conformó la “Red de Alimentos Cooperativos Patagónicos”, que nuclea muchas de estas experiencias. La Red tiene un doble objetivo, por un lado, potenciar las estrategias de comercialización que integran a productores locales y regionales y, al mismo tiempo, acceder a alimentos más saludables a través del vínculo directo con el productor. En estos pocos años de vida la Red ha gestionado la compra de más de 60 toneladas de verduras y hortalizas agroecológicas de parte de nodos de consumo de distintas localidades a productores de la zona del Idevi³ que pertenecen al Colectivo Agroecológico, o la comercialización de piñones de la comunidad mapuche de Ruca Choroy,⁴ entre otras experiencias. El vínculo en red permite compartir contactos y proveedores, facilita la logística de los productos que se compran fuera de la región a través de mayores volúmenes, promueve los intercambios entre distintas regiones y compartir herramientas como plataformas web para pedidos, así como impulsar proyectos comunes en las distintas localidades, como la protección de la tierra para la producción de alimento.

3. El mapeo como experiencia de cogeneración de conocimiento en el territorio

En este apartado se desarrolla brevemente el contexto en el cual fue llevado a cabo el relevamiento y la metodología empleada. En marzo de 2020 se decreta el aislamiento obligatorio a raíz de la pandemia por Covid-19. A la crisis sanitaria, inmediatamente se sumaron bruscas transformaciones en las formas de organización cotidiana de la vida social, entre ellas en el abastecimiento de alimentos, especialmente de aquellas regiones alejadas de los grandes centros de producción y distribución.

En este marco, de manera conjunta, el Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación y el Consejo Federal de Ciencia y Técnica, a través del “Programa de Articulación y Fortalecimiento Federal de las Capacidades en Ciencia y Tecnología Covid-19”, convocan a fortalecer las capacidades de provincias y municipios⁵ para afrontar la crisis. Por su parte, las universidades públicas nacionales son un actor relevante del desarrollo de los territorios, a partir de la vinculación con las comunidades, emprendimientos, instituciones y organizaciones locales. En este sentido, el Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Territorio, Economía y Sociedad (CIETES-UNRN),⁶ que acompaña distintas iniciativas y procesos territoriales, cuenta con un camino recorrido con algunas de las organizaciones que conforman la Red y acompaña a la misma desde sus inicios. Dado que uno de los objetivos buscados por la incipiente Red era generar un mayor conocimiento de los circuitos y experiencias en el territorio, se decide desde el CIETES presentar, conjuntamente con la Red, el proyecto “De Pandemias y seguridad alimentaria: Mapeo de circuitos cortos de abastecimiento en Río Negro” en el marco del mencionado programa.

³ El Valle Inferior del río Negro, también conocido como Valle de Viedma o Valle del IDEVI, está ubicado en la Provincia de Río Negro, sobre la margen sur del río Negro. Abarca más de 80.000 ha en una franja aproximada de 100 km de largo por 8 km de ancho.

⁴ Ruca Choroy es la capital del departamento de Aluminé en la provincia de Neuquén.

⁵ Apoyándose en sus respectivos sistemas científicos y tecnológicos, para acompañar la integración del conocimiento y de los desarrollos tecnológicos y sociales en los procesos de toma de decisiones y en la planificación local de las estrategias de control, prevención y del monitoreo del COVID-19, en el marco del Decreto N° 355/2020 del 11 de abril de 2020. <https://www.argentina.gob.ar/ciencia/financiamiento/programa-federal-covid19#:~:text=La%20convocatoria%20busca%20fortalecer%20las,planificaci%C3%B3n%20local%20de%20las%20estrategias>

⁶ El CIETES fue concebido desde su conformación como un actor del sistema científico tecnológico involucrado con las demandas socioeconómicas de la comunidad, potencia las experiencias e impulsa procesos de desarrollo territorial a través de la generación de actividad, empleo y empoderamiento de los actores locales.

No podemos explayarnos aquí en los detalles de todo el proceso participativo por el cual se llevó adelante el mapeo, pero sí es necesario abordar algunos aspectos generales que resultaron claves en el relevamiento. Se trata de un caso de estudio de tipo cualitativo y la perspectiva y abordaje del trabajo se basa en una metodología de investigación-acción. La misma aborda la generación de nuevo conocimiento en su contexto, en interacción con los actores protagonistas de esa realidad y en el entorno donde suceden las actividades y las relaciones, entendiendo que ese conocimiento es una construcción social que fortalece al territorio. Siguiendo esta línea metodológica, todo el proceso fue llevado adelante por un equipo interdisciplinario e interinstitucional, conformado por docentes investigadores/as de la Universidad Nacional de Río Negro de diferentes disciplinas académicas, técnicos/as de las agencias de extensión rural del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), y técnicos de la Cooperativa Surgente, la cual integra la Red. Todos los roles y funciones se dieron en el marco de un trabajo colaborativo y participativo, desde la definición del objeto de estudio, la construcción del universo a relevar, el diseño de las encuestas, la implementación del trabajo de campo, y hasta la interpretación de los datos recogidos.

Uno de los conceptos adoptados en el proceso fue el de circuitos socioeconómicos alimentarios. También se tomó la definición de “productores de la agricultura familiar” que recoge el SENASA, la cual define objetiva y explícitamente una unidad de producción familiar en la región Patagonia.⁷ Los grupos de casos acordados y definidos fueron:

- 1) Nodos de consumo y otros grupos de consumo organizado;
- 2) Comercializadoras y mercados solidarios y populares;
- 3) Ferias de la agricultura familiar;
- 4) Organizaciones de productores/as familiares;
- 5) Productores/as familiares que, de manera individual, abastecen a los nodos y comercializadoras.

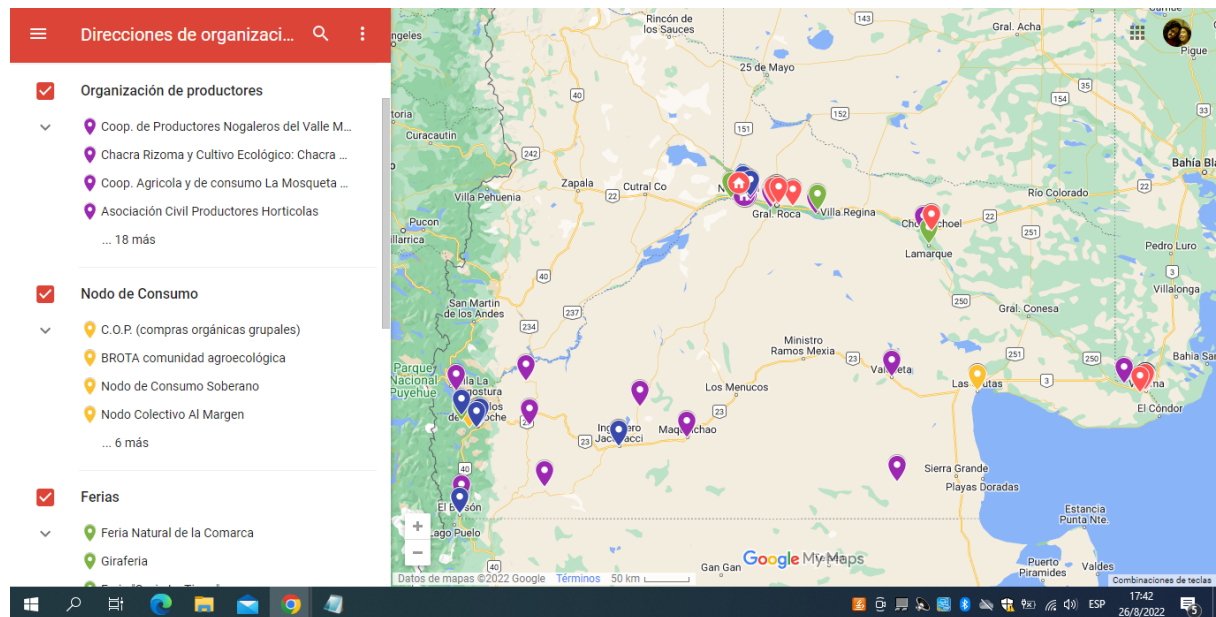
Dado que partíamos de no conocer el universo de experiencias, ya que muchas de ellas no están formalizadas ni aparecen en registros oficiales, para la identificación de las mismas se utilizó la técnica de muestreo por bola de nieve.⁸ El relevamiento demandó la aplicación de cinco tipos distintos de cuestionarios, un tipo por cada grupo de experiencias, que contienen entre 45 y 60 preguntas cerradas y abiertas acerca de dimensiones socioeconómicas, situación de la tierra, producción, comercialización, y efectos de la pandemia Covid-19, entre otras. El trabajo de campo se realizó entre los meses de noviembre del 2020 y abril del 2021, en contexto de pandemia, lo cual implicó aplicar los protocolos vigentes en cada situación y zona. Como resultado se construyeron 5 bases de datos en función de los grupos de experiencias y un mapa georreferenciado utilizando la herramienta Google Maps, como se

⁷ En el Anexo dedicado a la Agricultura Familiar, que acompaña la publicación del Anuario Estadístico que publica anualmente se define al pequeño productor o agricultor familiar en función de características estructurales. Integran la Agricultura Familiar aquellos productores que dirigen una unidad de producción agropecuaria en la que se cumplen las siguientes condiciones: 1. El productor agropecuario trabaja de manera directa en la unidad de producción; 2. No se emplean trabajadores no familiares remunerados permanentes; 3. No tiene como forma jurídica la ‘sociedad anónima’ o ‘en comandita por acciones’; 4. Posee una superficie total de la explotación de hasta 1000 ha en las provincias de La Pampa; hasta 2500 ha. en la provincia de Neuquén y hasta 5000 ha en las provincias de Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego; 5. Posee una superficie cultivada de hasta 500 ha en las provincias de La Pampa; hasta 25 ha. en las provincias de Neuquén, Río Negro; y hasta 200 ha en el resto del país; 6. Posee hasta 500 Unidades Ganaderas en todas las provincias del país. Ver: Senasa (2018).

⁸ Se trata de un muestreo no probabilístico en el cual los casos/sujetos a encuestar se reclutan por referencia de otros sujetos y/o encuestados. Permite construir la muestra cuando el universo de estudio no es totalmente conocido o son difíciles de encontrar.

muestra en la **Figura 1**. Los datos fueron validados por los referentes de las organizaciones en talleres virtuales durante el 2021.

Figura 1: Mapa de Google Maps con localización georreferenciada de las experiencias relevadas 2020



Fuente: Elaboración propia en base a Colino, *et al.* (2021). Mapeo disponible en: <https://www.google.com/maps/d/u/1/viewer?ll=-39.206320944633404%2C-67.31784891631258&z=7&mid=1bqM2AqhCTOUhcnadeVKZ0EcXZUa8-CqX>

4. Resultados del relevamiento

En el presente apartado se describen algunos de los datos que surgieron del relevamiento, en relación a las características generales, rasgos de funcionamiento y efectos de la pandemia en los cinco grupos de experiencias. Los datos relevados responden a preguntas del cuestionario que abarcaron dimensiones socioeconómicas, de funcionamiento, aspectos que hacen al proceso productivo, a la comercialización, a las fortalezas y debilidades de la organización y cuestiones relacionadas a los efectos de la pandemia Covid-19; en el caso de organización de productores y productores familiares se tomó en cuenta además aspectos vinculados a la situación de la tierra, agua y hábitat. En total se relevaron 70 experiencias, 10 comercializadoras y mercados solidarios, 12 nodos y grupos de consumo, 11 ferias, 15 productores/as familiares y 22 cooperativas y otras organizaciones de productores/as.

4.1. Perfil: características generales

Se relevaron datos sobre la antigüedad, el grado de formalización, la cantidad de miembros que integran las experiencias, el porcentaje de mujeres en ellas, entre otras variables, los cuales se muestran en la **tabla 1**. La antigüedad promedio de las experiencias da cuenta de un grado importante de consolidación en el caso de las ferias y organizaciones de productores (y productores familiares), siendo más actuales los nodos y las comercializadoras y mercados populares.

Tabla 1: Perfil: Características principales por grupo de experiencias

Experiencias	Antigüedad Promedio	% con personería jurídica	Cantidad de miembros	% de mujeres
Comercializadoras y Mercado Populares	7 años	90%	149	48%
Nodos y Grupos de compra	5 años	36%	483 (+ 1547 familias consumidoras)	63%
Ferías	11 años	36%	432	67%
Organización de productores y productores familiares	17 años	70%	1040	32%

Fuente: Elaboración propia en base a Colino, *et al.* (2021).

Respecto del grado de formalidad o informalidad que presentan, resulta relevante conocer este aspecto por cuanto puede condicionar el acceso al crédito y a herramientas de promoción que exigen la formalidad jurídica, llegando a limitar la escala de estas experiencias. En este sentido, el grado de formalidad es muy distinto si tratamos uno u otro grupo. Así, en las comercializadoras solo el 10% es un grupo de hecho, el resto presenta figuras jurídicas como cooperativas, y asociaciones; es decir, presentan un grado de formalización alto, aunque no todas cuentan con los “papeles al día”. En tanto en el caso de los nodos, el 64% de las organizaciones consultadas son grupos de hecho, es decir, no cuentan con personería jurídica, el resto son cooperadoras, asociaciones civiles y sindicatos; situación similar presentan las ferias. Para el caso de organizaciones de productores, casi el 70% están constituidas bajo la figura de cooperativas, presentando un grado de formalización mayor.

Respecto de la cantidad de miembros que integran las experiencias, el grado de vinculación tiene matices, pasando de integrantes activos a personas vinculadas de manera más laxa o en actividades puntuales, como el caso de familias consumidoras en los nodos de consumo. También se relevó el porcentaje de participación de las mujeres. Así, de un total de 149 personas asociadas a las comercializadoras, el 48% son mujeres, mientras que en los nodos esta cifra asciende a 483 siendo el 63% mujeres. La cantidad de familias que se vinculan a los nodos como consumidoras exclusivamente asciende a 1547. En el caso de las ferias, el número promedio es de 47 integrantes por feria, el total de productores vinculados a las mismas es de 432, de los cuales el 67% son mujeres. Las organizaciones de productores nuclean en total 1040 miembros, de los cuales un 32,3% son mujeres. Respecto de los productores familiares relevados, del total de 15, el 30% son mujeres.

El 36% de las organizaciones de productores se dedican principalmente a la agricultura y el 26% a la ganadería, en tanto que el 62% de los productores familiares se centra en la agricultura y un 31% en la ganadería. Al indagar sobre los principales objetivos perseguidos, en el caso de los nodos destaca “promover la comercialización” y “promover la adquisición conjunta de insumos y/o producción”, pero también se mencionaron otros como “promover la producción agroecológica”, “organización colectiva de consumo”, “bienestar de la clase obrera” y “obtener tierra para formar huertas comunitarias”. En las comercializadoras, se destacó “promover la comercialización” seguida por “promover la transformación de productos”, lo cual resulta muy interesante en términos de potenciar el valor agregado, En las ferias destacó “promover la comercialización de la producción”.

4. 2. Características de funcionamiento

En esta sección se exponen por separado los datos del grupo nodos, comercializadoras y mercados populares y ferias; y en un segundo apartado los datos del grupo organizaciones de productores y productores familiares, ya que las preguntas difieren entre unos y otros.

4.2.1. Nodos, comercializadoras y mercado populares y ferias

En este grupo de experiencias se relevaron aspectos como la frecuencia de operaciones, los principales productos comercializados, porcentaje de procedencia de la ESPyS y de la Agricultura Familiar, cantidad de productores vinculados a la experiencia, entre otros.

Tabla 2: Características de funcionamiento de nodos, comercializadoras y mercado populares y ferias

Experiencias	Cantidad de productores vinculados	Frecuencia de operaciones	Principales productos	% que pertenece a la ESPyS y AF
Comercializadoras y Mercado Populares	284	70% - diaria 20% - quincenal 10% - semanal	Verdura, fruta y hortalizas	100%
			Panificados	100%
			Comidas elaboradas	73%
Nodos y Grupos de compra	174	37% - mensual 27% - semanal 18% - bimestral/trimestral	Verdura, fruta y hortalizas	96%
			Harinas	42%
			Yerba	54%
Ferias	432	70% - 1 vez por semana 30% - de 2 a 4 veces por semana	Verdura, fruta y hortalizas	94%

Fuente: Elaboración propia en base a Colino, *et al.* (2021).

Observando la frecuencia de las operaciones y el origen de los productos que se comercializan por estos circuitos se evidencia el alto peso que tienen los rubros de productos frescos con origen en la agricultura familiar, donde la producción de cercanía juega un importante rol. La **tabla 2** también muestra que las comercializadoras cuentan un total de 284 productores vinculados; los nodos articulan con 174 productores que abastecen a los mismos; y un total de 432 productores familiares integran las ferias rionegrinas relevadas. Teniendo en cuenta que se comercializan altos porcentajes de productos provenientes de la ESPyS y de la AF, se evidencia la importancia de estos circuitos como traccionadores de la oferta del sector.

Respecto de cómo financian los costos fijos, en el caso de las comercializadoras el 70% mencionaron que aplican un “porcentaje sobre ventas”, mientras que el 30% restante cuentan con otras formas de cubrirlos, entre ellas: una mezcla de porcentajes sobre ventas, cuota fija y subsidio; aportes municipales y en otros casos una mezcla de porcentaje sobre las ventas y aportes externos. En los nodos, el 63% de las organizaciones consultadas mencionaron “otras formas de cubrir los costos fijos”, entre ellas: “los absorbe la organización”, “no tienen costos fijos”, y un mix entre “el porcentaje sobre ventas y aportes”. En el caso de las ferias, el 80% de las mismas señaló que la principal fuente de ingresos es la recaudación de los aportes por ventas, asimismo se mencionaron otras fuentes como subsidios, cuotas sociales y

aportes de los feriantes, recaudaciones por actividades y eventos, y en varios casos, una combinación de estas fuentes.

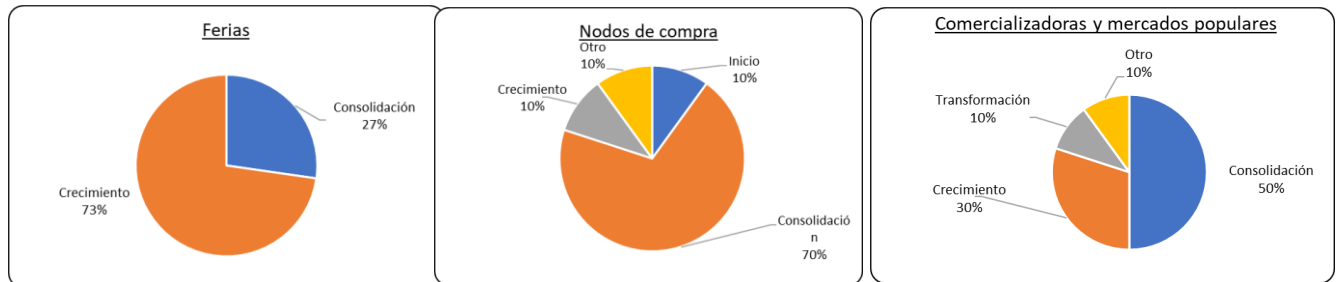
Analizando las debilidades percibidas como más importantes, tanto las comercializadoras como los nodos coinciden con la falta de un espacio físico. En el caso de las comercializadoras, sólo el 14% cuenta con un espacio propio, el resto trabaja con un comodato o alquiler, en el caso de los nodos, el 9% cuenta con local propio, el resto es alquilado, en comodato, público y casas particulares. Entre las principales dificultades, se mencionó la falta de transporte propio en el caso de las comercializadoras y mercados, donde un alto porcentaje contratan flete para acercar los productos. En el caso de los nodos, la estrategia más usada es que el productor se encarga de llevar la mercadería y el consumidor retira en el lugar acordado, con lo cual no es reportado como un problema. Otras dificultades señaladas por las comercializadoras y los nodos es la “incorporación de integrantes” y en particular en el grupo de los nodos se indicaron la “participación y compromiso de los asociados” y las “ventas estacionales/disponibilidad”. En el caso de las ferias el acceso a un espacio insuficiente y/o inadecuado es una de las mayores debilidades, señalando además la dificultad de abastecer una demanda creciente, aspectos de organización interna, la comunicación y publicidad y la participación y compromiso de los integrantes o socios.

Respecto del tipo de asistencia técnica que reciben y/o necesitan, la mayoría de los nodos cuentan con asesoramiento administrativo, pero también mencionaron la necesidad de asistencia técnica en aspectos como marketing, comercialización, buenas prácticas y producción. Similares datos arrojaron las comercializadoras y las ferias. Al ser consultadas de dónde reciben asistencia/asesoramiento, en los nodos destaca la figura del productor/proveedor, en segundo lugar “compañeros del nodo” y por último “INTA y Senasa”. En las comercializadoras se mencionaron más actores como “INTI”, “productores”, “dependiendo del problema buscan asistencia”, “otras experiencias”, “INTA”, “profesionales” y “municipio”. No se evidencia predominancia de alguna en particular, situación similar presentan las ferias. El hecho de que los nodos mencionan menos actores a la hora de solicitar asistencia, da cuenta de lo nuevo de las experiencias que aún no son tenidas en cuenta por los organismos institucionales.

Entre las fortalezas que autoperciben como organización, los nodos señalaron el precio, la participación de los consumidores, el empoderamiento, buena operatividad, el compromiso y entusiasmo, la convicción de sus integrantes en una organización de consumo, disminuir la brecha entre consumidores y productores con alimentos saludables, ir hacia un consumo responsable. Las fortalezas de las comercializadoras se centran en el grupo humano y la amistad que generan, la sostenibilidad de los proyectos, tener objetivos claros al comercializar productos agroecológicos de la agricultura familiar y de la ESPyS, mantenerse con la misma línea desde un principio priorizando la producción local, la vinculación entre productores/as y consumidores/as, innovación constante en los productos, la variedad y calidad de productos que no se consiguen en otro lado de la ciudad, la generación de redes de participación y la efectividad de su operatoria.

Al analizar en qué etapa de desarrollo se perciben las organizaciones, se observa que en los Nodos de compras y Comercializadoras, un 50% se perciben como organizaciones consolidadas, mientras que en las ferias el porcentaje con esta percepción es menor (**Figura 2**).

Figura 2: Etapa en la que se perciben los nodos, comercializadoras y mercado populares y ferias



Fuente: Elaboración propia en base a Colino, *et al.* (2021).

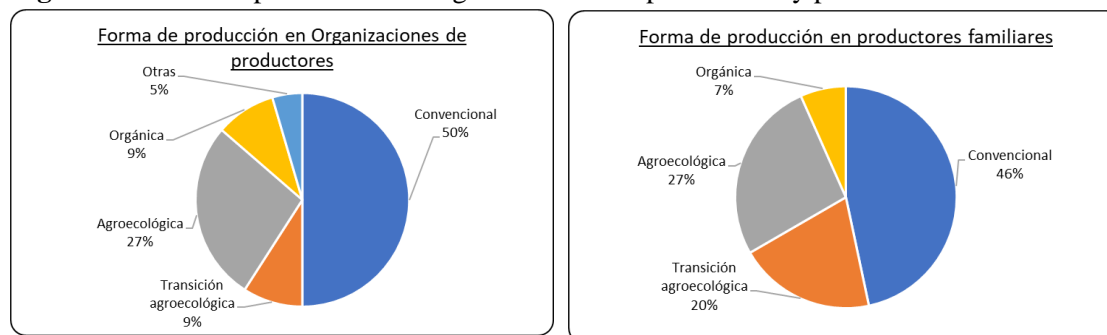
5.2.2. Organizaciones de productores y productores familiares

En este grupo de experiencias uno de los aspectos específicamente abordados fue el hábitat. En los productores familiares se observó que el promedio de superficie predial de los 15 productores familiares relevados es de 18,21 hectáreas, mientras que la superficie productiva en promedio es de 11,62 ha. Respecto de la tenencia de la tierra, un 33,33% es propietario, mientras que del 66,67% que no poseen la propiedad, el 50% posee un contrato sobre la misma. Para el grupo de Organizaciones de productores, el 45,45% de las mismas poseen una superficie predial menor a 100 hectáreas, el 13,64% poseen entre 100 y 1000 ha. y el resto tiene más 1000 ha.⁹(total de miembros). El 50% de las organizaciones de productores presentan dificultades de acceso al agua. La fuente de agua más señalada fue el río o arroyo, seguidos por vertiente, red y pozo. El 68% de los integrantes de las organizaciones poseen algún sistema de riego, siendo el surco y el manto los sistemas más citados. Al indagar sobre las formas de producción, tanto las organizaciones como los productores familiares respondieron en un 27% de los casos que la producción es agroecológica. Aunque se evidencia una mayor diferencia en aquellos en proceso de transición hacia la agroecología, donde las organizaciones registran un 9% de asociados que la practican y los productores familiares un 20% (**Figura 3**). Es interesante destacar que el 90% de las organizaciones de productores respondieron que conocen la agroecología, y el 100% de las mismas estaría dispuesta a trabajar bajo este sistema.¹⁰

⁹ En el caso de las organizaciones de productores, quien contestó el cuestionario fue referente de la organización por todos los integrantes.

¹⁰ La agroecología es la ciencia y la aplicación práctica de conceptos y principios ecológicos al estudio, el diseño y la gestión de las interacciones ecológicas en los sistemas agropecuarios (por ejemplo, las relaciones entre elementos bióticos y abióticos). Este enfoque sistémico integral en materia de desarrollo de los sistemas agropecuarios y alimentarios se basa en muy diversas técnicas, prácticas e innovaciones, que incluyen los conocimientos locales y tradicionales además de los de la ciencia moderna. (Ortega, 2009). Se entiende por agricultura convencional al modelo productivo derivado de la implementación de los principios de la revolución verde. Este modelo se caracteriza por el predominio del monocultivo, el uso de variedades con alto potencial de rendimiento (generalmente híbridas o transgénicas), un elevado nivel de mecanización y un uso intensivo de insumos agrícolas externos (semillas, fertilizantes y agroquímicos para el control de plagas, enfermedades y malezas) (Landini y Beramendi, 2020). Por transición hacia la agroecología se define al camino que recorren los productores al pasar de un sistema a otro, en general se usa el término en los Sistemas Participativos de Garantías que certifican la producción agroecológica.

Figura 3: Forma de producción en organizaciones de productores y productores familiares



Fuente: Elaboración propia en base a Colino, *et al.* (2021).

Uno de los puntos a tener en cuenta en estos sectores es la asistencia técnica que necesitan: en ambos casos el marketing se destacó en el 38% de los productores familiares y el 23% en las organizaciones de productores, que también solicitan la asistencia en la gestión administrativa. Con respecto a los productores familiares, la asistencia técnica en comercialización es una necesidad para el 39% de los casos. A estos últimos cuando se les preguntó a quién consultaban respondieron a “otro productor” o “a un asesor privado”, en cambio en las organizaciones su respuesta fue “al INTA” y “profesionales”. En relación a las dificultades que tienen los productores y las organizaciones, en ambos casos se observan varias problemáticas sin que ninguna concentre más del 20% de las respuestas. En el caso de los productores se señaló: “falta de acceso al crédito”, “insumos caros y a gran distancia”, “costo de la producción”, “falta de maquinaria” y “mantener el alquiler del predio”. Las respuestas referidas a las organizaciones de productores fueron: “comercialización”, “depredación por parte de zorros y pumas”, “falta de agua para riego”, “costos de los insumos”, entre otros.

Con respecto a los canales de comercialización, cuyos datos se exponen en la **Tabla 3**, se trata de una pregunta de opción múltiple (es decir, podían contestar varias opciones), se observa que en el caso de los productores familiares los canales más frecuentes son particulares, nodos de consumo y ferias. Las organizaciones de productores, en cambio utilizan las ferias, los particulares y los mercados minoristas. Los canales institucionales que refieren a compras públicas del Estado son utilizados por las organizaciones y no por los productores familiares.

Tabla 3: Canales de comercialización más frecuentes en organizaciones de productores y productores familiares

Canales de comercialización	Organizaciones de productores	% de participación	Productores Familiares	% de participación
Chacras	2	3%	1	3%
Ferias	13	21%	8	22%
Verdulería propia	0	0%	0	0%
Mayoristas	2	3%	0	0%
Minoristas	9	15%	6	16%
Industria	3	5%	1	3%
Institucional	7	11%	0	0%
Nodos de consumo	7	11%	9	24%
Particulares	11	18%	11	30%
Otros	0	0%	1	3%
Total de respuestas	61	100%	37	100%

Fuente: Elaboración propia en base a Colino, *et al.* (2021).

En cuanto a las dificultades que encuentran en la comercialización, tanto los productores familiares como las organizaciones de productores citan como principales, “los altos costos fijos que poseen” además en los productores familiares señalan: “falta de demanda”, “la falta de un espacio propio” y “la existencia de mucha competencia”. Las organizaciones de productores indicaron como un factor decisivo “las ventas estacionales” y también “mucha competencia”.

Los productores familiares perciben como debilidades: la falta de maquinaria y herramientas, la infraestructura y la materia prima. Por su parte las debilidades señaladas por las organizaciones tienen que ver con la poca participación de sus asociados, el escaso acceso a financiamiento y micro créditos y la infraestructura. Un dato especialmente significativo que surgió del relevamiento es que 9 de las 22 organizaciones de productores realizan compras al por mayor de productos de la canasta básica y/o insumos de producción para los asociados como una estrategia de consumo. El 60% de las organizaciones que compran colectivamente se abastecen de productos como: forraje, yerba, leña, harina, etc., en su provincia de origen, y el 40% restante fuera de la misma. No hay compras en la localidad, ni fuera del país. Sólo 2 organizaciones compran a cooperativas o a la agricultura familiar. Esta pequeña muestra, con sus volúmenes de compras que se detallan en la **Tabla 4**, nos da una dimensión del potencial de compra de estos actores si se direccionaran estas compras hacia el sector de la ESPyS.

Tabla 4: Productos y volúmenes comprados por 9 organizaciones de productores

Producto	Volumen estimado anual de compra
Forraje	1400 fardos
Leña	24.000 kilos
Yerba	11.200 kilos
Harina	2.500 kilos
Aceite	600 litros
Fideos	S/E
Arroz	90 kilos
Azúcar	2.000 kilos
Polietileno	85.000 mts ²
Núcleos	150
Levadura	120 kilos
Maíz grano	20 toneladas
Cuadrados	3000 unidades
Paq. de alván	100 unidades
Alzas	300 unidades
Envases plásticos	10000 unidades

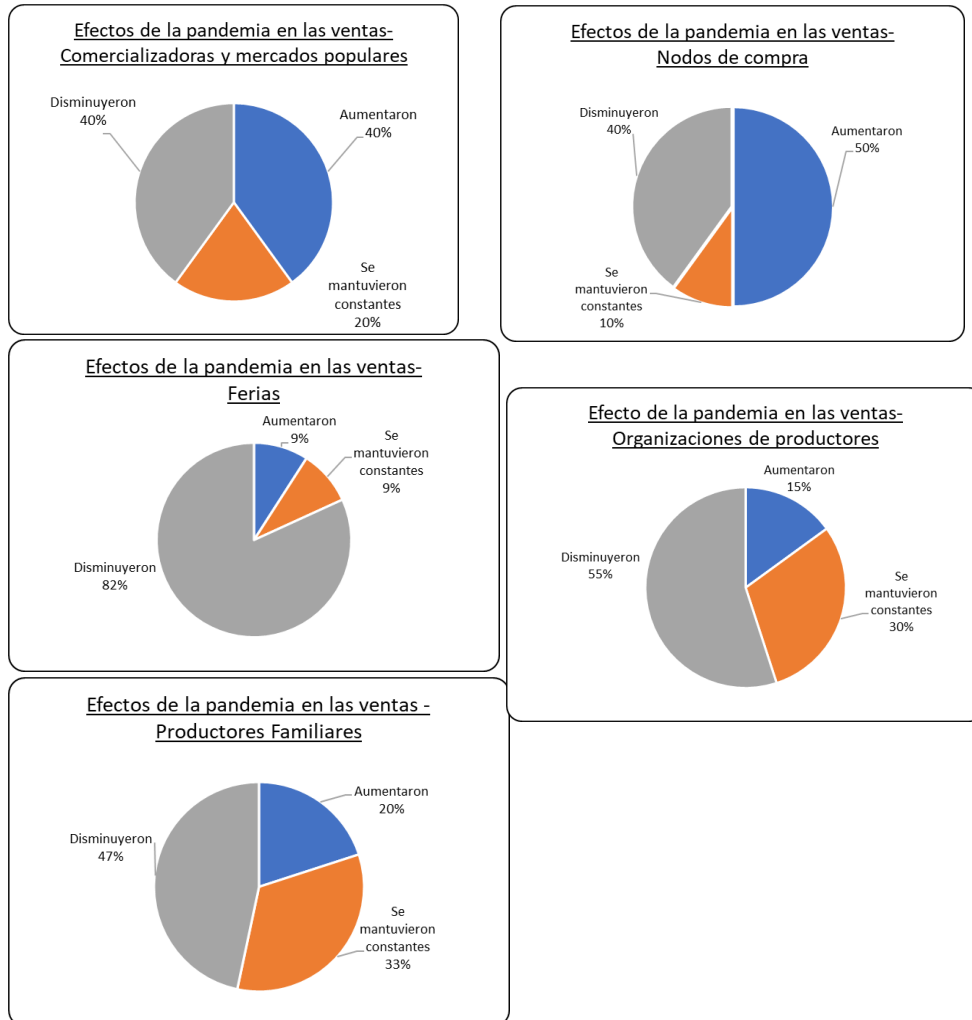
Fuente: Elaboración propia en base a Colino, *et al.* (2021).

En el caso de productores familiares, se observa que en el abastecimiento de sus insumos el compra local es muy importante, fundamentalmente en plantines, combustible, abono y semillas seguido por el compra regional.

4.3- Efecto de la pandemia en las experiencias relevadas

Como ya se mencionó en apartados anteriores, la investigación se desarrolló en plena pandemia del Covid 19, por lo que estudiar sus efectos en estas organizaciones fue muy complejo, pero también necesario para conocer las problemáticas que afrontaban las experiencias en ese momento puntual.

Figura 4: Efectos de la pandemia en las ventas



Fuente: Elaboración propia en base a Colino, *et al.* (2021).

En el 40% de las comercializadoras relevadas, las ventas disminuyeron, en un 40% aumentaron y un 20% mantuvieron constantes sus ventas. Entre quienes señalaron que sus ventas habían aumentado, el incremento promedio de 81%, mientras que aquellas que disminuyeron lo hicieron en un promedio de 75%, dando cuenta de cambios importantes. Al analizar los nodos de consumo, las ventas aumentaron en un 50% de los casos, mientras que el 40% disminuyeron; quienes aumentaron sus ventas lo hicieron en un promedio del 45%, mientras que aquellos que disminuyeron lo hicieron en un promedio de 33,33%. Estos cambios invitan a continuar indagando en las estrategias que resultaron efectivas para mantener, y en muchos casos incrementar, el vínculo entre productores y consumidores. Por el contrario, se observó un importante impacto generalizado en las ferias, donde las ventas disminuyeron en el 82 % de los casos, siendo esa caída en promedio del 72%. Cabe recordar que las mismas estuvieron cerradas al público hasta entrado el verano 2021.

Estos efectos, medidos en las organizaciones de productores y en productores familiares, nos muestran porcentajes similares. En el caso de organizaciones de productores, en un 55% de los casos disminuyeron sus ventas, con una caída promedio del 50%, y un aumento promedio del 100% en el caso de las organizaciones que vieron aumentadas sus ventas. Aunque como vemos en la **Figura 4**, éstas últimas son pocas. En el caso de los productores familiares, en un 47% de los casos disminuyeron las ventas y esa disminución se ubicó en el 46.4% en promedio, las subas fueron del orden del 67% promedio. La **Tabla 5** sistematiza los aspectos que se vieron afectados para la producción, las estrategias implementadas y la ayuda externa.

Tabla 5: Aspectos afectados negativamente por la pandemia en la producción y principales estrategias adoptadas

Grupo de experiencias	Aspectos que se vieron afectados negativamente	Principales estrategias adoptadas en pandemia	Recibieron ayuda
Comercializadoras y mercados populares	Dificultad en la comunicación/ reuniones Falta de mano de obra Disminución de ingresos	Cambió la estrategia de comercialización Aumentaron las horas de trabajo Disminuyeron las horas de trabajo	4 de 10 casos Subsidios para la producción (Nación y Provincia) Espacios para la comercialización
Nodos de compra	Dificultad en la comunicación/ reuniones Problemas con los espacios de comercialización Transporte / Dificultad para implementar protocolos.	Cambió la estrategia de comercialización Cambiar la frecuencia de entrega	1 de 11 casos No contestó de que tipo
Ferias	Problemas con los espacios de comercialización Disminución de ingresos	Cambió la estrategia de comercialización	2 de 11 casos Crédito blando iluminación
Organización de productores	Dificultad en la comunicación/ reuniones El aumento del costo de insumos /materia prima Acceso a insumos /materia prima	Cambió la estrategia de comercialización Aumentaron las horas de trabajo	6 de 22 casos Subsidios para la producción (Nación y Provincia) Créditos blandos de provincia Transporte
Productores Familiares	Problemas con los espacios de comercialización Problemas con el transporte Falta de mano de obra	Cambió la estrategia de comunicación Aumentaron las horas de trabajo Disminuyeron las horas de trabajo	4 de 15 casos Subsidios para la producción (Nación y Provincia) IFE

Fuente: Elaboración propia en base a Colino, *et al.* (2021).

Los problemas de comunicación y aquellos vinculados con el espacio fueron los mencionados en primer lugar por la mayoría de los grupos relevados. Como estrategias de solución, los 5 grupos coinciden en el cambio de estrategia en la comercialización, en algunos casos se pudo especificar que estos cambios se orientaron a nuevos canales digitales de comunicación para la venta como Facebook, WhatsApp, uso del delivery, entre otras. En otros casos, como las organizaciones de productores y

comercializadoras, aumentaron y/o redujeron las horas de trabajo, siendo una variable usada como estrategia para afrontar la pandemia.

Los datos también reflejan que fueron pocas las asociaciones y grupos que contaron con algún tipo de ayuda estatal o de otras instituciones. Destaca el caso de los nodos de consumo, donde sólo 1 de las 11 experiencias obtuvo ayuda, aunque no contestó de que tipo; en similar situación se encuentran las ferias. En general, las asistencias tuvieron que ver con créditos y subsidios de nivel nacional, provincial y facilitación de espacios para comercialización (en este último caso, otorgado por otra organización).

Por último, se solicitó a las organizaciones que sugirieran cómo la Universidad podría vincularse y fortalecerlas. Hubo algunas coincidencias en los 5 grupos, señalando la capacitación como una necesidad prioritaria, también los espacios ya sea para entregas o para comercializar sus productos, y un tercer aspecto fue la difusión y educación sobre la alimentación saludable y responsable, la ESPyS, y el cuidado ambiental.

Conclusiones

Nuestro territorio es rico en diversidad de experiencias innovadoras que buscan generar trabajo e inclusión en el marco de lógicas de mercado excluyentes. La cuestión alimentaria está hoy en el centro del debate, la problemática del acceso a los alimentos es compleja y debe abordarse integralmente. Entender cómo se inserta la agricultura familiar en los circuitos productivos y en especial cómo se entraman en los llamamos circuitos socioalimentarios es clave para comprender las lógicas de estas estrategias y poder potenciar no sólo la escala de producción y comercialización, sino otras aristas como la inserción de la mujer, la agroecología, el cooperativismo.

Aun siendo conscientes de que un relevamiento es una foto en un momento dado, y que no representa el universo de las experiencias, el mapa de actores construido permitió ver cómo estaban conformados los actores territoriales, conocer sus redes de relaciones, fortalezas y debilidades. Por otro lado, el uso de la metodología de investigación-acción permitió, no sólo que el trabajo fuera llevado adelante en un contexto muy complejo, sino que los actores territoriales se apropien de este saber desde el momento cero. Como conclusiones preliminares, podemos reconocer y explicitar un entramado dinámico y complejo en el territorio rionegrino, con un sector poco visibilizado, con altos grados de informalidad, que no aparece en los registros ni estadísticas y que por ende tampoco es alcanzado por las políticas públicas.

El grado de informalidad es elevado en organizaciones como ferias y nodos de compra. Este problema trae limitaciones a la hora de acceder a ayudas por parte del Estado y puede limitar la escala de las mismas. Aunque en los demás grupos hay más formalidad, dada por distintas figuras jurídicas, muchas organizaciones relatan no tener “los papeles al día”, lo cual las coloca también en un nivel de desventaja respecto de herramientas formales de promoción y acceso al crédito.

La cantidad de integrantes activos de las experiencias es variable, destaca el porcentaje de mujeres que participan de las mismas en especial en ferias, comercializadoras y nodos. Si bien no puede definirse la cantidad de trabajo activo y continuo que generan, por las características complejas que el “trabajo” asume en estas experiencias (desde trabajo remunerado, no remunerado, intercambio de horas de trabajo por alimentos, entre otros), cruzadas con las categorías de formal e informal; es importante remarcar que estos circuitos generan trabajo e ingreso, así como también contratan servicios de terceros. En tal sentido, abrimos las puertas del presente trabajo a futuras investigaciones que ahonden en las nuevas formas de trabajo que generan estos circuitos socioproductivos ya que sus estrategias tienen un potencial movilizador de generación de recursos, trabajo y de incubación de nuevos emprendimientos productivos en el territorio.

Un punto que surge del análisis de los datos de rubros, volúmenes y origen de los productos comercializados es el potencial para traccionar y potenciar la oferta de la ESPyS, y la producción de la Agricultura Familiar, demostrado en los altos porcentajes de productos de este origen. La frecuencia de operaciones también revela experiencias que pueden crecer y consolidarse en la práctica, aún con el poco apoyo estatal recibido.

Los nodos presentan una innovadora estrategia para organizar un consumo crítico y responsable, constituyen experiencias que nuclean una gran cantidad de familias que autogestivamente asignan criterios de consumo, priorizando el consumo de cercanía, el consumo de productos de la ESPyS y consolidado la demanda de productos agroecológicos. Si bien en este artículo no se exponen datos sobre cómo entran entre sí estas experiencias,¹¹ ya que el análisis requeriría una mirada específica del tema, podemos adelantar que es interesante cómo se relacionan con cooperativas de productores y productores familiares, generando canales seguros de comercialización y soluciones para la canalización de excedentes.

Sabemos que estas experiencias se hallan condicionadas por las limitaciones estructurales del sistema agroalimentario dominante. Problemáticas como el acceso a la tierra, el acceso al agua, los altos porcentajes de informalidad, sin duda limitan la escala, el potencial de producción de alimentos de cercanía y la sostenibilidad económica de estos actores. No obstante, representan genuinas respuestas sociales ante problemas sistémicos. Por otro lado, los criterios de compras a producción local/regional convierten a estos circuitos socioeconómicos en valiosas estrategias de desarrollo territorial que democratizan el mercado.

Las características intrínsecas de estas experiencias, como el carácter autogestionado, el arraigo territorial, los objetivos perseguidos, la participación de la mujer, entre otras, requieren políticas que los aborden integralmente. Políticas que tengan en cuenta estos aspectos, y además abarquen de manera integral las fases de producción, intermediación, consumo y sus vínculos; es decir, que tengan una mirada de los circuitos completos, de manera de potenciar dinámicas de desarrollo y entramados más amplios de inter-cooperación y valoración socioeconómica.

Al mismo tiempo, queremos destacar el rol de las universidades a la hora de acompañar y fortalecer estas iniciativas y potenciar estos entramados agroalimentarios. Al respecto, existe un considerable conjunto de equipos universitarios que venimos acompañando iniciativas de ESPyS, realizando acciones de formación, extensión, innovación e incubación en la materia, así como conformando redes académicas específicas en diálogo con los actores. A esa trayectoria se suma el proyecto “Alternativas territoriales de circuitos socioeconómicos alimentarios de la economía popular, el cooperativismo y la agricultura familiar. Cooperación interuniversitaria federal con el Plan Argentina contra el Hambre”, impulsado de manera convergente por equipos académicos de seis universidades nacionales.

Referencias bibliográficas

Boletín técnico conjunto CEPAL, FAO e IICA (2014). *Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar*. DOI: 10.13140/RG.2.1.3549.2725

Carballo González, C. (2018). *Soberanía alimentaria y desarrollo: caminos y horizontes*

en Argentina. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Monadanomada.

Colino, E. *et al.* (2021). Informe preliminar De Pandemias y seguridad alimentaria: Mapeo de circuitos cortos de abastecimiento en Río Negro. Universidad Nacional de Río Negro.

¹¹ En el relevamiento se realizaron preguntas específicas al respecto.

Disponible en
<http://rid.unrn.edu.ar/handle/20.500.12049/9083>

Cuéllar, M., Calle, A., & Gallar, D. (Eds.) (2013). *Procesos hacia la soberanía alimentaria. Perspectivas y prácticas desde la agroecología política*. España: Icaria Editorial.

Jurado, E. (2021); Alimentos y prácticas espaciales de la Economía Popular y Solidaria: un catálogo abierto desde el Área Metropolitana de Mendoza (Argentina). *Revista Geográfica Digital*, Vol. 18 (35), 32-50. DOI: <http://dx.doi.org/10.30972/geo.18355132>

Landini, F. y Beramendi, M. (2020). ¿Agroecología o agricultura convencional moderna? Posicionamientos de extensionistas rurales argentinos. *Revista de Investigaciones Agropecuarias*, vol. (46) 3, 352-361.

Ortega, G. (2009) Agroecología vs. Agricultura Convencional. Base Investigaciones Sociales. Documento de Trabajo N° 128b. Disponible en: <http://www.baseis.org.py/wp-content/uploads/2014/03/1395155082.pdf>

Pastore, R. (2020). Circuitos socioeconómicos y emergencia alimentaria. Una agenda transformadora y democrática para el desarrollo popular y solidario. *Revista Ciencias Sociales Segunda época*. 11 (37), 31-56.

Saravia Ramos, P. (2020). Circuitos Cortos de Comercialización alimentaria: Análisis de experiencias de la región de Valparaíso, Chile. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 19(2). <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue2-fulltext-1914>

Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa) (2018) Anuario Estadístico 2017 – Centro Regional Patagonia

Norte. Argentina 2018. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/senasa/patagonia-norte-anuarios-estadisticos>

Sevilla, Guzmán, E. (Ed.) (2012). *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*. Andalucía. España: Fundación Pública Andaluza, Centro de Estudios Andaluces.

Teubal, M. y Rodríguez, J. (2002). *Agro y alimentos en la globalización. Una perspectiva crítica*. Buenos Aires. Argentina: La Colmena.