

## El proyecto Consumo Solidario en Bahía Blanca

### *The Solidarity Consumption project of Bahía Blanca*

Santín, Macarena; Cristiano, Gabriela; Torres Carbonell, Carlos;  
Napal, Martín; Pérez Pizarro, Julián

#### Macarena Santín

Universidad Nacional del Sur. Departamento de  
Economía, Argentina

#### Gabriela Cristiano

gcristiano@uns.edu.ar

Universidad Nacional del Sur. Departamento de  
Economía, Argentina

Universidad Nacional del Sur y CONICET. Instituto  
de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur,  
Argentina

#### Carlos Torres Carbonell

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.  
Estación Experimental Agropecuaria Bordenave,  
Argentina

Universidad Nacional del Sur. Departamento de  
Agronomía, Argentina

#### Martín Napal

Instituto Superior Juan XXIII. Observatorio de  
Economía Social, Argentina

#### Julián Pérez Pizarro

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.  
Estación Experimental Agropecuaria Ascasubi,  
Argentina

#### FACES. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina

ISSN: 0328-4050

ISSN-e: 1852-6535

Periodicidad: Semestral

vol. 27, núm. 56, 2021

faces@eco.mdp.edu.ar

Recepción: 04 Mayo 2020

Revisado: 05 Abril 2021

Aprobación: 12 Abril 2021

URL: <http://portal.amelica.org/amei/journal/616/6162677001/>

Autor de correspondencia: gcristiano@uns.edu.ar

© Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias  
Económicas y Sociales, 2021.

**Resumen:** Los precios pagados a los pequeños productores familiares de hortalizas pesadas del Valle Inferior del Río Colorado Bonaerense son demasiado bajos y no permiten sostener su nivel de vida. El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y el Observatorio de Economía Social del Instituto Superior Juan XXIII de Bahía Blanca implementaron el proyecto Consumo Solidario (CS) para vincular directamente a estos productores con las familias consumidoras de Bahía Blanca, organizadas por sociedades de fomento y Organizaciones no Gubernamentales (ONG). El objetivo del trabajo es describir el proyecto CS y analizar los costos de producción y comercialización de papa, cebolla, zapallo y zanahoria, a los efectos de mostrar las ventajas que tienen los productores al formar parte de este proyecto, ya que el precio pagado por CS es mayor que el precio de pila en el campo. La metodología empleada tuvo un enfoque mixto, de carácter cualitativo y cuantitativo. Se realizaron encuestas a los siete productores que participaron del proyecto y se procesaron los resultados a los efectos de caracterizarlos. El trabajo muestra la evolución del proyecto, como así también el beneficio por parte de productores y consumidores de participar en él.

**Palabras clave:** productores familiares, hortalizas pesadas, desarrollo regional, INTA.

**Abstract:** *The prices that small family producers of "heavy" vegetables are paid in the Lower Colorado River Valley of Buenos Aires province are too low, and therefore they are unable to maintain their standard of living. INTA, along with the Observatorio de Economía Social [Social Economy Observatory] of the Instituto Superior Juan XXIII of Bahía Blanca, implemented the Solidarity Consumption (CS) project to directly connect these producers with the family consumers of Bahía Blanca, organized by development organizations and Non-Governmental Organizations (NGOs). This paper aims to describe the CS project and analyze the costs of production and marketing of potatoes, onions, squash, and carrots in order to show the advantages that producers enjoyed by joining this project, since the price paid by CS was higher than the wholesale price of packed vegetables stacked on farm field. We applied a mixed qualitative and quantitative approach. Polls were conducted with the seven producers who participated in the project and the results were processed in order to characterize them. This paper describes the evolution of the project as well as the benefits obtained by producers and consumers.*



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-  
NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

**Keywords:** *family producers, heavy vegetables, regional development, INTA.*

## 1. INTRODUCCIÓN

El Valle Inferior del Río Colorado Bonaerense (VIRCB), situado al sur de la provincia de Buenos Aires, tiene sistematizadas y operativas bajo riego 90.000 hectáreas. En estas se encuentran 1.200 establecimientos productivos regantes, distribuidos entre los partidos bonaerenses de Villarino y Patagones. Allí se producen, mayoritariamente, hortícolas pesadas (básicamente, papa, zapallo, cebolla y zanahoria) (Iurman, 2018) y se abastece a los pueblos y ciudades del sudoeste bonaerense. La ciudad de Bahía Blanca es la más próxima (100 km.) y, a su vez, la principal consumidora de la región. Sin embargo, la producción de ciertos cultivos en dicho regadío excede ampliamente los niveles de consumo regionales (Iurman, 2018), lo cual genera excedentes que son enviados principalmente al Mercado Central de Buenos Aires, Brasil (sobre todo cebolla) y MERCOSUR.

En el VIRCB, prevalecen los establecimientos de alta y mediana escala (>250 hectáreas) que realizan producciones bajo riego multiproducto (cereales, ganado, hortalizas, tambos) (Iurman, 2018). No obstante, también es posible encontrar predios de muy baja superficie (<250 hectáreas), de gestión predominantemente familiar, que producen tanto sobre superficie propia como arrendada y que se enfrentan a una mayor vulnerabilidad económica debido a su baja escala relativa. En el caso particular de los productores hortícolas, se consideran pequeños productores a aquellos que producen en predios cuya superficie es inferior a las 50 hectáreas (Iurman, 2018). Al igual que los demás productores hortícolas de la región (Cristiano y Quartucci, 2015), los pequeños productores hortícolas del VIRCB se caracterizan por llevar adelante la producción con mano de obra propia y familiar en forma intensiva, con connotaciones de irregularidad e inestabilidad. La actividad trae consigo un importante desgaste físico, lo que hace que muchos productores, con el tiempo, terminen abandonándola debido a la autoexplotación de su fuerza laboral para poder obtener una mayor rentabilidad en su negocio. El INTA (2016), a través de sus proyectos específicos de Productores Familiares (PROFAM/PROFEDER), ha trabajado en la región con productores de esta última escala (a la cual se denomina pequeños y medianos productores debido a su baja dimensión fundiaria), promoviendo la adopción de tecnologías y proyectos asociativos entre ellos.

En la cadena de valor hortícola de la región del VIRCB, es posible encontrar numerosos intermediarios que van desde el productor primario hasta el consumidor final. Los pequeños y medianos productores son los agentes que se ven más perjudicados debido al bajo volumen que comercializan (Lorda y Gaído, 2002; Gorenstein, 2006; Cristiano y Quartucci, 2015). Cabe mencionar que el precio que perciben es muy bajo en relación con el precio final exhibido en las góndolas de los supermercados (Gorenstein, 2006; Napal, 2016)<sup>1</sup>.

En este contexto, el INTA Ascasubi y el INTA Bordenave, conjuntamente con el Observatorio de Economía Social del Instituto Superior Juan XXIII, diseñaron un proyecto de comercialización para acortar el circuito entre productores y consumidores, con el propósito de mejorar el precio que perciben los productores de hortalizas pesadas de baja escala localizados en el VIRCB, región que abarca la zona de regadío de los partidos de Villarino y Patagones. Dicho proyecto fue implementado con el nombre “Consumo Solidario”.

---

## NOTAS DE AUTOR

Correo electrónico de contacto: [gcristiano@uns.edu.ar](mailto:gcristiano@uns.edu.ar)

El presente trabajo da cuenta de este proyecto y se estructura en las siguientes secciones: Marco de referencia; El programa Consumo Solidario: origen, propósitos y actores intervinientes; Método de trabajo; Resultados; Consideraciones generales; Bibliografía.

## 2. MARCO DE REFERENCIA

El presente trabajo se fundamenta en las bases de la Economía Social y Solidaria (ESS). La ESS se presenta como otra alternativa económica que asume el principio de reproducción y desarrollo de la vida de todas las personas y de la naturaleza como principio ordenador de teorías, instituciones y prácticas económicas de índole pública, colectiva o individual (Coraggio, 2011). En la ESS se plantea un proceso económico diferente, ya que presenta una ruptura con las formas económicas predominantes. Su propósito es capturar y hacer visibles las formas solidarias que promueven los sujetos colectivos de manera autónoma, pero también articulados con otras organizaciones sociales de la sociedad civil. De este modo, se favorece la conformación de espacios alternativos de discusión, diferentes a los establecidos en las formas impuestas por el mercado capitalista (Cardozo, 2020).

La ESS se puede poner en práctica en todas las fases del proceso económico: inversión, producción, circulación, distribución y consumo, las cuales son comunes en el proceso permanente para generar medios (productos, servicios, etc.) que buscan satisfacer necesidades (Guerrero, 2019).

En la ESS el factor trabajo es el que organiza la producción y no el capital (Razeto, 1999). El proceso productivo no es capital intensivo, sino que la mano de obra empleada es la que mayor peso relativo tiene en él; es decir, la relación capital trabajo (K/L) es baja (Pindyck, 2018). Los productores ordenan su producción en función de sus capacidades de trabajo, tanto cuantitativas (tiempo y esfuerzo dedicado a la labor) como cualitativas, mejorando las técnicas de producción a los efectos de obtener un mejor y más adecuado manejo del trabajo y sostenimiento de la tierra (Coraggio, 2011).

En la ESS, es el trabajo voluntario el que se manifiesta como una de las formas más concretas de solidaridad (Maidana y Costanzo, 2013). Esto está en concordancia con lo planteado por Gaiger y Silva (2010), ya que, dentro de los objetivos de los emprendimientos solidarios, siempre se destacan dos hechos fundamentales: sostener el trabajo y disminuir la pobreza. “Un primer camino hacia la economía de solidaridad parte desde la situación de pobreza y marginalidad en que se encuentran grandes grupos sociales” (Razeto, 1999, p. 6).

A partir de esto último se verifica la idea de Mance (2004) de que las organizaciones de la economía social, en la medida que van acumulando experiencia, van generando redes que aumentan la eficiencia general del sistema. Asimismo, se van trazando bases en el territorio para redes de colaboración, que van más allá de los objetivos iniciales del proyecto. Esto sucede a partir de la participación en mercados solidarios de diversas organizaciones, como bien lo detallan las experiencias analizadas por Gaiger y dos Santos (2017).

Siguiendo a Cardozo (2020), puede decirse que es posible llevar a cabo nuevas estrategias de organización socioespacial vinculadas con la ESS, a partir de la implementación de políticas de promoción de dichas estrategias. En palabras del autor, “estaríamos en condiciones de afirmar que los circuitos cortos de comercialización se erigen como una forma alternativa de entramados institucionales que organizan y posibilitan nuevas formas de comercialización de producción” (p. 5). El objetivo que persigue la creación de canales cortos de comercialización es acercar la producción a la ciudad a través de la organización de nodos de ventas a partir de una estructura organizativa encadenada por una serie de acuerdos entre distintos actores ubicados entre el campo y la ciudad (Cardozo, 2020). Cabe mencionar que los circuitos cortos de comercialización no solo producen el acortamiento del canal de comercialización tradicional agroalimentario, sino que también reducen la distancia física en lo social y cultural, entre el productor y el consumidor, a través de la creación de confianza y de valores compartidos.

Dentro del proceso de comercialización se unen escenarios relacionados con la producción y el consumo. Así, a la ESS se la puede ver aplicada en distintos momentos del proceso económico, entre ellos el consumo.

Los estudios sobre el consumo siguen una tradición que bien se centra en el momento de intercambio de bienes y servicios, o bien, atienden el consumo como un proceso más amplio y que no se reduce al acto de la transacción. Aquellos estudios centrados en la transacción han sido principalmente realizados por las ciencias económicas, mientras que las ciencias sociales han discutido más ampliamente del fenómeno mismo, el proceso previo y posterior a las transacciones, los consumidores, sus motivaciones y sus implicaciones sociales (Guerrero, 2020, p. 49).

Algunos autores tales como Guerrero (2020) otorgan importancia al consumo solidario para explicar diversos mecanismos de la economía solidaria, argumentando que aquel es la instancia final del proceso productivo, ya que, en teoría, el proceso de producción se organiza en función del consumo. Mencionan que el vínculo que se gesta entre productores y consumidores es fundamental, ya que permite la construcción de relaciones comerciales en un espacio de cercanía. Los mercados locales se constituyen así en escenarios propicios para ello. De este modo, el consumo se convierte en una oportunidad que permite realizar intercambios duraderos y de interés mutuo. El encuentro periódico entre productores y consumidores posibilita generar nuevas propuestas de interacción, creando opciones de convivencia y regreso a la colectividad e impulsando la participación política, hechos que van más allá de la compra de productos.

El autor mencionado afirma que los productores, principalmente aquellos de pequeña escala, están expuestos al accionar de intermediarios y especuladores, quienes cuentan con mejores posibilidades de controlar precios y formas de pago. El consumo solidario y responsable desde mercados de cercanía aparece como una alternativa válida para protegerlos de este tipo de conductas, como así también para buscar soluciones colectivas al desempleo.

### 3. EL PROGRAMA CONSUMO SOLIDARIO

#### 3.1. Origen y propósitos

A principios de 2018, técnicos pertenecientes al INTA Ascasubi y al INTA Bordenave, conjuntamente con representantes de Observatorio de Economía Social del Instituto Superior Juan XXIII, comenzaron a diseñar el programa denominado Consumo Solidario (CS). El propósito era implementar una alternativa de comercialización de hortalizas pesadas (papa, cebolla, zapallo y zanahoria) que acortara el circuito entre un grupo de productores del VIRCB y las familias pertenecientes a los barrios más vulnerables localizadas en el partido de Bahía Blanca. El desafío del proyecto era lograr que los productores obtuvieran una mayor rentabilidad (ya que el precio pagado por CS era mayor que el precio de pila en el campo) y que las familias dispusieran de hortalizas más frescas (del productor directamente a la mesa), a un precio más bajo que el que encontraban en las góndolas de los supermercados. El precio de los bolsones de hortalizas estaría acordado entre los productores participantes del proyecto y las familias consumidoras.

En febrero de 2018 se convocó a los siete productores con los que venía trabajando el INTA (en el marco de los programas PROFAM y PROFEDER) y a las ONG vinculadas al mencionado Observatorio. A partir de allí, se fueron gestando reuniones en las sedes del INTA para ir dándole forma al proyecto.

Si bien el principal objetivo del proyecto CS era brindar una alternativa de comercialización a la existente, otros argumentos basados en un enfoque de promoción de desarrollo regional sustentable también fundamentaron su creación, tales como: a) brindar productos frescos a un precio accesible; b) posibilitar a los productores obtener un ingreso mayor y cierta estabilidad en la demanda de sus productos y en el precio; c) disminuir la cantidad de intermediarios que participan en el proceso; d) promover la generación de redes de cooperación entre productores, consumidores y organizaciones sociales vinculadas a cada actor (asociaciones de productores, sociedades de fomento, clubes, iglesias); d) brindar asistencia técnica al productor y fomentar la incorporación de tecnologías sustentables; e) fomentar el conocimiento mutuo y la comunicación entre los productores y consumidores a través de encuentros anuales que incluyeran visitas a las fincas donde se realiza la producción; f) disminuir el consumo de energía fósil en el transporte de los alimentos, ya que estos

son producidos más cerca de los centros de consumo, respecto de las hortalizas pesadas provenientes de otras regiones del país; g) promover la mano de obra local de poblaciones vulnerables en el fraccionamiento y entrega de los bolsones al interno de las ONG participantes y generar ingreso alternativo a dichos sectores.

### 3.2 Actores sociales

En el proyecto CS, intervinieron varios actores sociales con diversos roles:

a) Siete productores del VIRCB pertenecientes a los programas PROFAM y PROFEDER (INTA). Estos productores, quienes proveyeron los bolsones de hortalizas (papa, cebolla, zapallo y zanahoria), fueron también acompañados y asesorados por los técnicos del INTA.

Se caracterizan por tener baja escala productiva, cuya superficie predial destinada a la horticultura es inferior a las 50 hectáreas (Iurman, 2018). Producen tanto sobre superficie propia como arrendada y se enfrentan a una mayor vulnerabilidad económica debido al bajo volumen comercializable.

Seis de ellos son productores del tipo familiar. La agricultura familiar se refiere a un segmento de productores agropecuarios donde predomina el trabajo familiar y concentra parte de la producción para el autoconsumo y otro tanto para el mercado (Paz, 2014). Estas características subyacían en la lógica del proyecto y se podían ver reflejadas en los productores que lo acompañaron. Si bien en algunos casos había explotaciones que contrataban mano de obra, la mayoría del trabajo era provista por miembros del hogar.

b) Técnicos del INTA Ascasubi y Bordenave, quienes se ocuparon de coordinar con los productores que la mercadería estuviera disponible para la distribución en las fechas estipuladas, además de asesorarlos técnicamente en términos de la incorporación de prácticas de producción sustentables.

c) El Observatorio de Economía Social del Instituto Superior Juan XXIII. Este es un espacio de investigación y gestión al servicio del desarrollo de la economía social en la ciudad de Bahía Blanca y su región de influencia. Fue el nexo conector entre los productores, las organizaciones y las familias. Se encargaba de comunicar y brindar la información logística necesaria para que la entrega a las familias fuera exitosa. También se ocupaba de organizar los depósitos de fraccionamiento y los fletes dentro de la ciudad. Así mismo, administraba las cobranzas y el pago a los productores.

d) Instituciones y organizaciones de la ciudad de Bahía Blanca, tales como: sociedades de fomento urbanas, entidades religiosas, clubes, centros de jubilados y programas sociales. Estos actores llevaban a cabo la tarea de promoción y conteo de los pedidos de los bolsones. Además, fraccionaban las hortalizas provenientes de los establecimientos agropecuarios, las embolsaban y distribuían a las familias consumidoras de la ciudad. Cabe mencionar que en el proceso de fraccionamiento<sup>2</sup> de las hortalizas también participaron los jóvenes de Casa Luján, institución que acompaña a niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad social. Para ellos, esta tarea se constituyó en una oportunidad laboral que tenían al menos una vez al mes, por la que percibían una remuneración.

e) Familias consumidoras: El proyecto atendió varios barrios de la ciudad, de diferentes estratos, a través de la invitación de libre y amplia participación voluntaria. Sin embargo, se promovió llegar y abastecer prioritariamente a determinados barrios vulnerables de la ciudad de Bahía Blanca<sup>3</sup>, a los que se les entregaba los bolsones de hortalizas pesadas (papa, cebolla, zapallo y zanahoria), cuyo pago implicaba un precio inferior al que se encontraba en las góndolas de los supermercados.

## 4. MÉTODO DE TRABAJO

En primer lugar, se realizaron encuestas a los siete productores que formaban parte de los proyectos PROFEDER y PROFARM, quienes accedieron a formar parte del nuevo proyecto CS. También se llevaron registros de las actas de cada reunión mantenida con los diferentes actores del proyecto.

Luego, se llevó adelante el trabajo de campo durante los meses de marzo y abril de 2019. En este se recopiló información sobre los siguientes aspectos de las explotaciones: cantidad de hectáreas, tenencia de la tierra, cultivos de hortalizas realizadas, prácticas culturales implementadas, instalaciones y servicios, relaciones laborales, entre otras. Esto permitió recabar información de forma completa y acabada para caracterizar a los productores del proyecto.

Para analizar la evolución del proyecto, se monitoreaban mensualmente las siguientes variables: cantidad de bolsones entregados, instituciones participantes, constitución de hortalizas, verduras y adicional de frutas en el bolsón, precio pactado. El horizonte de análisis abarcó desde el comienzo del proyecto (febrero 2018) hasta la etapa de realización de este trabajo (mayo de 2019), si bien el proyecto se extendió hasta fines de 2019.

A partir de la información económica recopilada en las encuestas, se calcularon los costos según bases metodológicas normalizadas en el Área de Economía y Sociología del INTA para los Proyectos Nacionales de Economía de los Agrosistemas (Guida Daza et al., 2009; Saez, 2010).

De esta forma, se pudieron comparar los márgenes brutos obtenidos del canal de comercialización CS, respecto al canal de mercado tradicional de la región con el precio obtenido en pila a campo. Es necesario aclarar que este método solo tiene en cuenta los costos directos por unidad de superficie en producción y no se incluyen los costos indirectos de infraestructura del predio, como así tampoco otros costos fijos.

Posteriormente, se calcularon los costos intermedios para la elaboración de los bolsones, teniendo en cuenta los registros internos de las erogaciones llevadas a cabo por las ONG participantes, tales como fletes, costos de las bolsas, papelería, retribución de mano de obra de fraccionamiento y distribución.

Finalmente, se estimaron los costos de producción y comercialización de dichas hortalizas estudiadas y se fijó el precio del bolsón para las familias consumidoras que se abastecían con el CS. Este precio se comparó con el precio promedio de un bolsón (con el mismo contenido de hortalizas) adquirido en las principales cadenas de supermercados de la ciudad de Bahía Blanca.

El análisis económico fue realizado en base a los precios promedio corrientes al 31 de mayo de 2019, expresados en pesos (\$) (INDEC, 2019). Los insumos con cotización en dólares estadounidenses (U\$S) se convirtieron a pesos según la tasa de cambio tipo vendedor del Banco de la Nación Argentina en la misma fecha. Los precios de los productos, insumos y los gastos de comercialización fueron netos de Impuesto al Valor Agregado (IVA) y se obtuvieron a partir de información recabada de comercios agropecuarios regionales, Mercado de Abasto de Buenos Aires, Mercado de Hortalizas de Bahía Blanca, pizarras de internet de los principales supermercados de Bahía Blanca y otros sitios web agropecuarios de referencia reconocida.

## 5. RESULTADOS

### 5.1. Caracterización de los productores

En la Tabla 1 se expone la caracterización de los productores participantes del abastecimiento de hortaliza pesada del CS.

De acuerdo con la información relevada (Tabla 1), el tamaño de la superficie destinada a la horticultura varía entre un mínimo de 3 y un máximo de 23 hectáreas, con un promedio de 11,11 hectáreas. Son explotaciones de tamaño pequeño y mediano (para este tipo de cultivo se considera una explotación grande aquella que supera las 50 hectáreas). En cuanto a la propiedad de la tierra, el 57% está conformado por dueños de las explotaciones, en tanto un 43% es arrendatario.

Cabe mencionar que estos productores realizan otros cultivos que son comercializados en los mercados tradicionales, pero no se incluyeron en el bolsón de CS. El cultivo de cebolla abarca una superficie promedio de 6 hectáreas; es un cultivo predominante en la zona. En el caso de la papa, solo 4 productores la cultivan

y el promedio de hectáreas dedicado es 1,95. En lo que respecta al zapallo, 4 productores lo cultivan en un promedio de 6 hectáreas; solo hay 3 productores de zanahorias, que emplean 3 hectáreas cada uno.

TABLA 1.  
Caracterización de los productores: matriz abreviada de datos

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	
Hectáreas	17	50	60	255	21	12	75	
Propiedad de la tierra	propia	arrendada	arrendada	arrendada	propia	propia	propia	
Ha cultivadas	Cebolla	6	6	2	10	3	--	10
	Papa	--	--	1	4,5	2	--	0,33
	Zapallo	5	5	--	--	--	2	12
	Zanahoria	3	3	--	--	--	3	--
Red eléctrica	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	
Alambrado perimetral	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	
Fuentes de agua	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	
Infraestructura	sí	sí	no	sí	sí	sí	sí	
Maquinarias	sí	sí	sí	sí	sí	sí	sí	
Trabajo familiar	sí	sí	sí	sí	no	sí	sí	
Personal contratado	sí	sí	no	sí	sí	sí	sí	

Fuente: elaboración propia sobre la base de encuesta, 2018.

Todas las explotaciones están conectadas a la red de electrificación rural, poseen alambrado perimetral y fuentes de agua de canal o acequia. También hay construcciones tales como galpones, tinglados, invernáculos, represas, entre otras. Por otra parte, todos poseen, al menos, un tractor, cuya antigüedad supera los 15 años.

En todos los casos encuestados (con excepción de uno, que contrata la totalidad de la mano de obra), algún miembro de la familia trabaja en la explotación y la mayoría vive en el predio de producción. Por otra parte, algunos también contratan mano de obra sin ningún vínculo familiar. Tanto los productores como sus familiares están en cargos relacionados con la toma de decisiones (no así los trabajadores contratados). La gestión cotidiana es realizada directamente por el productor. El excedente de la producción es comercializado fuera del proyecto, en el circuito minorista, o bien a través de cooperativas en donde participan como socios.

## 5.2. Composición del bolsón y evolución de las ventas del proyecto Consumo Solidario

En la Tabla 2 se muestra la composición del bolsón y la evolución mensual de las bolsas vendidas. Si bien la participación mayoritaria de las hortalizas pesadas se mantuvo siempre (papa, cebolla, zapallo y zanahoria), en algunos meses los bolsones se completaban con algunas frutas u hortalizas de estación.

TABLA 2

Composición del bolsón y evolución del proyecto: cantidad de bolsas distribuidas, organizaciones sociales participantes, descripción de productos y precio final por bolsa

Mes y año	Bolsas vendidas	Organizaciones	Composición de la bolsa	Adicional	Precio de la bolsa (en \$)
feb 2018	205	6	papa 2 kg; cebolla 1 kg; zanahoria 1 kg		50
mar 2018	360	7	papa 2 kg; cebolla 1 kg; zanahoria 1 kg		50
abr 2018	556	9	papa 4 kg; cebolla 1 kg; zanahoria 1 kg; tomate 1 kg; zapallo 1*		85
mayo 2018	720	9	papa 4 kg; cebolla 1kg; zanahoria 1 kg; tomate 1 kg; zapallo 1		100
jun 2018	1.172	10	papa 4 kg; cebolla 1 kg; zanahoria 1 kg; zapallo 1; acelga 1 atado		100
jul 2018	1.210	13	papa 3 kg; cebolla 1 kg; zanahoria 1 kg; zapallo 1; acelga 1 atado		100
ago 2018	1.300	12	papa 2 kg; cebolla 2 kg; zanahoria 1 kg; zapallo 1; acelga 1 atado		100
sep 2018	1.185	12	papa 3 kg; cebolla 1 kg; zanahoria 1 kg; zapallo 1; acelga 1 atado		120
oct 2018	950	15	papa 3 kg; cebolla 1kg; zanahoria 1 kg; zapallo 1; acelga 1 atado		120
ene 2019	250	2	papa 4 kg; zanahoria 1 kg; cebolla 1 kg; acelga 1 atado	durazno	170 (sin durazno) 200 (con durazno)
feb 2019	307	6	papa 4 kg; zanahoria 1 kg; cebolla 1 kg; acelga 1 atado	durazno	170 (sin durazno) 200 (con durazno)
mar 2019	684	9	papa 3 kg; zanahoria 1 kg, cebolla 1 kg; acelga 1 atado; durazno 1 kg; zapallo 1		200
abr 2019	548	9	papa 3 kg; zanahoria 1 kg, cebolla 1 kg; acelga 1 atado; pera 1 kg; zapallo 1		200
mayo 2019	720	9	papa 3 kg; zanahoria 1 kg, cebolla 1 kg; acelga 1 atado; pera 1 kg; zapallo 1		200

Fuente: elaboración propia sobre la base de encuesta, 2019.

\* El peso estimado del zapallo fue de 1,8 kg.

En la misma tabla se observa una tendencia creciente del costo del bolsón causada por los efectos de la inflación, hecho que originó una reducción de la cantidad de bolsones entregados. A raíz de esto, el número de organizaciones participantes también disminuyó hacia el final del proyecto.

Tanto los productores proveedores de acelga como los de fruta no se incorporaron en el presente trabajo ya que no son productores del VIRCB y su participación fue más bien ocasional, con cultivos estacionales. La acelga era provista por productores de Bahía Blanca (ya que tienen mejores condiciones naturales para su cultivo y la proximidad al sitio de consumo es menor, factor esencial en las verduras de hoja). La fruta (durazno, pera, manzana) era provista por un productor del valle inferior del Río Negro.

En la Figura 1, se puede observar la evolución de los bolsones mensualmente distribuidos en el proyecto CS desde su inicio (febrero de 2018) hasta el mes de mayo de 2019, fecha en la que se realizó este trabajo.

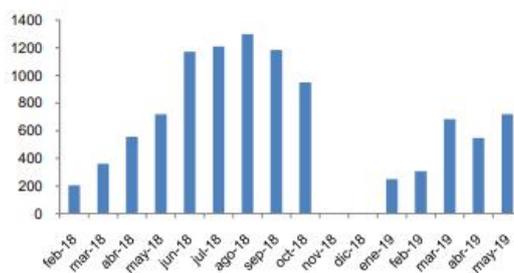


FIGURA 1.  
Evolución de los bolsones mensualmente distribuidos  
Fuente: elaboración propia sobre la base de encuesta, 2019.

El proyecto CS comenzó entregando 200 bolsones en febrero de 2018. Posteriormente, con su difusión, comenzaron a incorporarse más instituciones de fraccionamiento. La cantidad de bolsones entregados aumentó significativamente hasta alcanzar su máximo en agosto de ese mismo año, superando las 1.200 bolsas. En los meses de noviembre y diciembre no hubo entregas, ya que la zona se queda sin producción local de estas hortalizas pesadas, las que se logran conservar en buenas condiciones en la región en las pilas, en el campo, hasta el mes de octubre. En el mes de enero de 2019 comenzó la salida de la producción de la nueva campaña hortícola, que superó, en mayo de ese mismo año, las 700 bolsas entregadas.

A partir de la información suministrada por las diversas organizaciones encargadas de la distribución, se observó una participación entre 300 y 500 familias consumidoras que se abastecieron a través del proyecto CS a lo largo del primer año.

Desde el inicio de 2019, la cantidad demandada de bolsas comenzó a disminuir respecto al año anterior. Una de las razones que puede explicar esta situación es el contexto macroeconómico de inflación reinante en el país, donde se observó una caída generalizada del poder adquisitivo de los salarios de las familias consumidoras. Este hecho se manifestó en las reuniones mantenidas con representantes de las sociedades de fomento de los barrios más vulnerables, quienes plantearon la dificultad que tenían para acceder a los bolsones debido a la baja del poder adquisitivo. Dado esto, los siete productores del proyecto CS comenzaron a generar otro canal de comercialización para su producción hortícola, a través de ferias mensuales.

Por otro lado, la experiencia y la amplia difusión que tuvo el proyecto CS en 2018, promovido por la Municipalidad de Bahía Blanca y el INTA, entre otros, propició la adopción de este sistema y praxis por parte de otras instituciones y actores sociales (con características similares a las de este proyecto), lo cual fue un hecho positivo para el proyecto CS. Esto fomentó el incremento de la oferta de hortalizas regionales y su consumo en su misma región.

### 5.3. Análisis de los costos de producción

La Tabla 3 muestra el rendimiento promedio de las hortalizas bajo estudio y sus respectivos costos directos. El cultivo que tiene mayor rendimiento es la zanahoria mientras que el de menor rendimiento es la papa, siendo este último el de mayor costo directo por unidad de superficie realizada, lo cual deriva en el cultivo de mayor costo unitario por kilo (\$ 3,13 Kg-1). La zanahoria posee el menor costo por hectárea y por kilo (\$ 0,69 Kg-1).

Esta información básica permitió a los productores comparar dos márgenes brutos (MB): el primero, teniendo en cuenta el precio de los canales comerciales usuales de los intermediarios, que les compran la producción en la pila en el campo y, el segundo, considerando el precio que percibe a través del proyecto CS

(Tabla 4). También se calculó el costo del bolsón de hortalizas de CS a los fines de determinar el precio final, al que se le sumaron los costos de transporte, fraccionamiento y distribución.

**TABLA 3.**  
Rendimiento y costos directos de los cultivos estudiados (mayo 2019)

	Papa Kenebec	Zanahoria Supreme	Cebolla Val 14	Zapallo Anco var Basso coco
Rendimiento (Kg/Ha)	15.000	38.000	20.000	18.000
Costo directo (\$/Ha)	46.980	26.480	29.780	24.260
Costo directo (\$/Kg)	3,132	0,696	1,489	1,347

Fuente: elaboración propia sobre la base de datos técnicos del INTA, 2019.

Desde el punto de vista de los productores participantes, el proyecto CS les permitió incrementar sustancialmente los MB del cultivo de zanahoria, papa, cebolla y zapallo: 54%, 64%, 145% y 192%, respectivamente (Tabla 4). El precio pagado por CS era mayor que el precio de pila que percibían los productores. El costo del flete en la alternativa CS hasta Bahía Blanca estaba a cargo del productor (\$ 1,25 Kg-1 en mayo de 2019).

Los MB exhiben el alto impacto económico del proyecto y de los canales cortos para este sector. Sin embargo, cuando se analiza la demanda de bolsones del primer año (2018) y, teniendo en cuenta un promedio de 400 familias mensuales abastecidas, se puede ver que estos canales logran absorber una proporción muy baja de la producción anual total de estos siete productores participantes (Tabla 5). Esto representa 14,3%; 1,4%; 2,2% y 2,8% del total producido de papa, cebolla, zanahoria y zapallo, respectivamente. Por esta razón, los productores tenían que vender la mayor parte de su producción en el circuito tradicional de comercialización.

**TABLA 4.**  
Relación entre costo, precio de pila, precio de CS y margen bruto (mayo 2019)

	Costo por kg en \$	Precio de pila en \$	Precio por kg de CS en \$	Margen bruto con precio de pila en \$	Margen bruto con precio de CS en \$	Kg por bolsa	Costo hortalizas en bolsón CS en \$
Zapallo Anco - var Basso coco	1,35	5	12	3,65	10,65	1,8	21,6
Papa Kenebec	3,13	11	16	7,87	12,87	3	48
Zanahoria Supreme	0,70	10	15	9,30	14,30	1	15
Cebolla Val 14	1,49	7	15	5,51	13,51	1	15
<b>Total</b>							<b>99,6</b>

Fuente: elaboración propia sobre la base de encuesta, 2018.

**TABLA 5.**  
Producción total de los productores participantes, consumo por CS y excedentes hortícolas

	Papa	Cebolla	Zanahoria	Zapallo
Rendimiento/ha (kg)	15.000	20.000	38.000	18.000
Total superficie cultivada productores (ha)	8	36	9	24
Producción total (kg)	120.000	720.000	342.000	432.000
Consumo CS (kg)	17.152	10.143	7.658	12.007
Excedente (kg)	102.848	709.857	334.342	419.993
Consumo CS (%)	14,3	1,4	2,2	2,8

Fuente: elaboración propia sobre la base de encuesta, 2018.

La Tabla 6 muestra el precio del bolsón que pagan las familias del proyecto CS. Este precio incluye la retribución al trabajo en tareas de venta, fraccionamiento y distribución y los gastos de papelería, bolsas y coordinación de la logística del proyecto. También se expone el precio promedio de cada bolsón según las principales cadenas de supermercados relevadas de la ciudad de Bahía Blanca. Como puede verse, el precio de papa, cebolla, zanahoria y zapallo es, respectivamente, 44%, 34%, 31% y 47% menor al precio promedio en las góndolas en los supermercados. El precio del bolsón equivalente en supermercado se ubicó en \$ 329, lo cual representó un incremento del 65% al precio del bolsón de CS.

**TABLA 6.**  
Bolsones: precio por bolsón pagado por costo CS y costo promedio en supermercados de Bahía Blanca (mayo 2019)

Hortalizas	Papa	Cebolla	Zanahoria	Zapallo	Precio promedio pagado por bolsón (\$)*
Precio CS (\$/kg)	27,8	26,8	26,8	23,8	200
Precio promedio supermercados Bahía Blanca (\$/kg)	40	36	35	35	329
Diferencia (%)	44	34	31	47	65

Fuente: elaboración propia sobre la base de encuesta, 2019.

\* Según composición expuesta en la Tabla 2.

Finalmente, la Tabla 7 exhibe los componentes del costo total del bolsón, según el siguiente orden: 1) hortalizas pesadas; 2) acelga y fruta; 3) retribución al trabajo (incluye venta, fraccionamiento y distribución); 4) coordinación y logística; 5) bolsas y papelería. Los productos hortícolas (rubros 1 y 2) representaron el 68,3% del costo, y la retribución al trabajo, un 25,7%. La coordinación y logística representó un 5% y el rubro bolsas y papelería, un 1%.

TABLA 7.  
Detalle de la composición del costo del bolsón CS (mayo 2019)

Rubros	\$	%
1. Hortalizas pesadas	99,60	49,80
2. Acelga y fruta	37,00	18,50
3. Retribución al trabajo (incluye venta, fraccionamiento y distribución)	51,40	25,70
4. Coordinación y logística	10,00	5,00
5. Bolsas y papelería	2,00	1,00
<b>Costo total bolsón</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia sobre la base de encuesta, 2019.

## 6. CONSIDERACIONES GENERALES

El objetivo del trabajo fue describir el proyecto Consumo Solidario y analizar los costos de producción y comercialización del bolsón de papa, cebolla, zapallo y zanahoria a los efectos de mostrar las ventajas que tienen los productores al formar parte de este circuito corto de comercialización, ya que el precio pagado por CS fue mayor que el precio de pila.

A lo largo del trabajo se pudo observar que los siete productores pertenecientes al proyecto CS obtenían mayor rentabilidad en comparación a la colocación de su producción por los canales de comercialización tradicionales de la región. Esto se debe a que los productores vinculados al CS tenían la posibilidad de acordar el precio de sus productos, sin quedar expuestos a las fluctuaciones del mercado, en un proceso creciente de fortalecimiento de vínculos productores-ONG-familias consumidoras. Esto constituyó una alternativa para ocupar mano de obra local y generar ingresos para los participantes en el proceso de fraccionamiento y entrega en las ONG, en las cuales también participó población urbana vulnerable. La otra ventaja del proyecto es que existieron unas 400 familias que mensualmente se abastecieron del bolsón de cultivos a un precio menor al que se encontraba en las góndolas de los supermercados, si bien estos lograron absorber un muy bajo porcentaje de la producción total de los productores participantes. Este hecho plantea el desafío del crecimiento o multiplicación de canales cortos con estas características, que en el futuro permitan ampliar las ventajas y aspectos positivos de este tipo de proyectos, con diversos aspectos positivos para la producción, el consumo y el desarrollo territorial.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cardozo, L. (2020). Políticas de promoción de la economía social y solidaria en la comunidad Mocoví Com-Caia de Recreo (Santa Fe, Argentina). La construcción de circuitos cortos de comercialización en el período 2012-2017. *Punto Sur*, (3), 51-77. <https://doi.org/10.34096/ps.n3.9698>
- Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. Quito, Ecuador: Abya-Yala.
- Cristiano, G. y Quartucci, E. (2015). Caracterización del sector hortícola de Bahía Blanca. Propuestas para su reconversión. *FACES*, 21(44), 49-67.
- Geiger, L. y da Silva Corrêa, A. (2010). A História e os sentidos do empreendedorismo solidário. *Otra Economía. Revista Latinoamericana de Economía Social y Solidaria*, 4(7), 153-176.

- Gaiger L. y Dos Santos, A. (2017). *Solidariedade e ação coletiva: Trajetórias e experiências*. Brasil: Unisinos.
- Ghida Daza, C., Alvarado, P., Castignani, H., Caviglia, J., D' Angelo, M., Engler, P., Giorgetti, M., Iorio, C. y Sánchez, C. (2009). *Indicadores económicos para la gestión de empresas agropecuarias. Bases metodológicas. Área Estratégica Economía y Sociología*. Buenos Aires: INTA.
- Gorenstein, S. (2006). Dinámicas en una trama hortícola y efectos territoriales: el caso del Valle Bonaerense del Río Colorado. *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, (24), 81-99.
- Guerrero, R. (2019). *El consumo solidario en México. Vínculos entre productores agroecológicos y consumidores*. (Tesis doctoral). Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México. Recuperado de [https://base.socioeco.org/docs/el\\_consumo\\_solidario\\_en\\_m\\_xico\\_rodrigo\\_rodr\\_guez.pdf](https://base.socioeco.org/docs/el_consumo_solidario_en_m_xico_rodrigo_rodr_guez.pdf)
- INDEC. (2019). Valorización mensual de la canasta básica alimentaria y de la canasta básica total. Gran Buenos Aires. *Serie Informes Técnicos. Subserie Condiciones de Vida*, 3(12).
- INTA. (2016, junio). *Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (PROFEDER). Proyectos Productores Familiares (PROFAM)*. Recuperado de <https://inta.gob.ar/documentos/profeder-programa-federal>
- Iurman, D. (2018, marzo). Sector hortícola del Valle Bonaerense del Río Colorado. Comunicación presentada en el *XXI Seminario de Cebolla del Mercosur*, Villarino, Buenos Aires. Documento de Trabajo INTA.
- Lorda, M., y Gaído, E. (2002). Los productores hortícolas y su desarrollo laboral en el cinturón verde de Bahía Blanca, Argentina. Cambios y permanencias. *Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, (6). Recuperado de <https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/511>
- Maidana, D. y Costanzo, V. (2013). *Hacia otra economía*. Buenos Aires: UNGS, 216 p.
- Mance, E. A. (2004). Redes de colaboración solidaria. In D. A. Cattani (Org.). *La otra economía* (pp. 353-362). Buenos Aires: Altamira.
- Napal, M. (2016). *Procesos de comercialización para producción agropecuaria. Alimentos para Bahía*. Bahía Blanca: Instituto Superior Juan XXIII. Observatorio de Economía Social [Inédito. Material de trabajo].
- Paz, R. (2014). Agricultura familiar y sus principales dimensiones: la pampeanización del término. *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, 41(1).
- Pindyck, R. y Rubinfeld, D. (2018). *Microeconomía* (9a. ed.). Madrid: Pearson.
- Razeto, L. (1999). La economía de solidaridad: concepto, realidad y proyecto. *Revista Persona y Sociedad*, 13(2).
- Saez, R. (2010). *Márgenes brutos de las principales actividades hortícolas de la zona del Colorado, Laguna Blanca e Ibarreta, de la provincia de Formosa*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) Estación Experimental Agropecuaria Colonia Benítez. Recuperado de <https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-inta-margeneshorticolasfsa.pdf>

## NOTAS

- 1 Véase el índice de precios de origen y destino (IPOD) que calcula la Confederación Argentina de la Mediana Empresa <https://www.redcame.org.ar/seccion/informes-ipod>
- 2 El concepto de fraccionamiento se refiere a las tareas de dividir, pesar y embolsar la mercadería que se ofrece en cada entrega.
- 3 Barrios: San Cayetano, Santa Margarita, Irupé, Vista Alegre, Rosendo López, Spurr, Maldonado, Villa Nocito, San Roque, Bella Vista, San Vicente, Ricchieri, El Nacional, Villa Harding Green, Stella Maris, El Saladero, Villa Duprat, Villa Amaducci, Avellaneda, Loma Paraguaya, Aldea Romana, Ingeniero White y Cooperación II.

## ENLACE ALTERNATIVO

<http://nulan.mdp.edu.ar/3517/1/FACES-56-santin-et-al.pdf> (pdf)