



Estudios Socioterritoriales

ISSN: 1853-4392

revistaest@fch.unicen.edu.ar

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Argentina

Infante, Camila Mariana

El aporte de los circuitos cortos de comercialización a la alimentación saludable.
Análisis de dos experiencias de agricultura familiar (Santiago del Estero, Argentina)

Estudios Socioterritoriales, vol. 36, núm. 2, 2025, noviembre, pp. 65-84

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
Argentina

DOI: <https://doi.org/10.37838/unicen/est.36-2-102>

- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en portal.amelica.org



El aporte de los circuitos cortos de comercialización a la alimentación saludable. Análisis de dos experiencias de agricultura familiar (Santiago del Estero, Argentina)

The contribution of short commercialization circuits to healthy eating. Analysis of two-family farming experiences (Santiago del Estero, Argentina)

Camila Mariana Infante

Instituto de Estudios para el Desarrollo Social. Universidad Nacional de Santiago del Estero. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Argentina.

camilamarianainfante@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8916-1526>

Recibido: 27 de febrero 2025 || Aprobado: 5 de septiembre 2025

DOI: <https://doi.org/10.37838/unicen/est.36-2-102>

Resumen

Los circuitos cortos de comercialización son relevantes como estrategias de venta más adecuadas para la agricultura familiar. Muchos estudios los asimilan como mercados alternativos que contribuyen a la conformación de sistemas agroalimentarios resilientes, sin embargo, existen pocas evidencias sobre la medida en que estos circuitos aportan a la alimentación saludable. Con la información obtenida de entrevistas y observaciones no participantes, se analizan dos experiencias localizadas en la ciudad turística de Termas de Río Hondo (Santiago del Estero, Argentina) teniendo en cuenta las dimensiones de alimentación saludable (nutricional, biomédica, económica, ambiental y política) que proponen Crotta, Cendón y Bruno. Como principales aportes se puede decir que los circuitos cortos de comercialización son sistemas de comercialización basados en relaciones horizontales y de cooperación; aportan al consumo de alimentación saludable a partir de diferentes aspectos y, en términos más teóricos, colocan al sistema agroalimentario vigente en un debate político y social.

Palabras clave: Circuitos cortos de comercialización; Agricultura familiar; Alimentación saludable; Santiago del Estero

Abstract

Short commercialization circuits are relevant as sales strategies more appropriate to family farming. Many studies assimilate them as alternative markets that contribute to the formation of resilient agri-food systems, however, there is little evidence on the extent to which these circuits contribute to healthy eating. With the information obtained from interviews and non-participant observations, two experiences located in the tourist city of Termas de Río Hondo (Santiago del Estero, Argentina) are analyzed, taking into account the dimensions of healthy eating (nutritional, biomedical, economic, environmental and political) proposed by Crotta, Cendón and Bruno (2024). As main contributions, it can be said that short commercialization

circuits are commercialization systems based on horizontal and cooperative relationships; they contribute to the consumption of healthy food from different aspects, and, in more theoretical terms, they place the current agri-food system in a political and social debate.

Key words: Short commercialization circuits; Family farming; Healthy eating; Santiago del Estero

Introducción

Uno de los problemas a los cuales se enfrenta la agricultura familiar (AF) en un sistema de producción y distribución globalizado de alimentos, es su inserción a los mercados formales y una orientación hacia la intensificación mediante la incorporación de tecnologías estandarizadas que no tienen en cuenta las condiciones locales (Craviotti y Maréchal, 2017). Desde hace décadas, la comunidad científica propone comprender los mercados como «construcciones sociales» donde el acceso a los productos y las condiciones de comercialización sean más justas (Infante, 2023a; Gazolla y Schneider, 2017). Esto implica desarrollar estrategias diversificadas de comercialización para reforzar el trabajo de la producción y de esta manera alivianar las desigualdades que experimentan los productores al momento de vender (Craviotti y Palacios, 2013).

En esa línea, estudios como los de Alcoba y Dumrauf (2011) y de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2016), hacen referencia a los circuitos cortos de comercialización (CCC) como mercados alternativos basados en la venta directa de productos frescos o procesados de la AF. Para Rodríguez Saénz y Riveros Serrato (2016), los CCC son articulaciones entre productores individuales —u organizados informalmente— y consumidores finales, donde no suelen definirse acuerdos de producción previos a la venta y donde se desarrollan relaciones de proximidad.

Asimismo, los productos comercializados, generalmente presentan grados de diferenciación a partir de “ciertos atributos relacionados con lo local, artesanal, cultural y/o la propia identidad de los productores, aun cuando no cuentan con una marca, sello o certificación” (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA], 2018, p. 34). En cuanto a los precios de los productos, en los CCC, mayormente, son menores que los ofrecidos en circuitos tradicionales. Por lo tanto, pueden ser concebidos como alternativas más económicas y convenientes (IICA, 2018).

Lo interesante es comprender a los CCC como espacios en los que los productores mantienen un alto poder de decisión sobre qué y cómo se produce y en cuanto a la definición del valor de aquello que se produce (López García, 2012). Según Ferrer *et al.* (2020), estos mecanismos de venta, no solo consideran el entorno, sino también el territorio como elemento central de las actividades comerciales que se dan en su interior.

La noción de territorio de los autores engloba a los CCC a partir de sus impactos sociales y ambientales. Además, busca la valorización de las características del lugar y promueve el consumo consciente de alimentos. Asimismo, la creación de estos circuitos exige una mayor interacción social con otros actores del territorio, fundamentada en principios de reciprocidad y confianza y en valores como el compromiso con la comunidad (Ferrer *et al.*, 2020). Por lo tanto, los CCC también tienen una connotación geográfica, ya que la base territorial común entre producción y consumo permite una relación directa entre ambos extremos de la cadena agroalimentaria, conformando lo que se conoce como «mercado local» (Ferrer *et al.*, 2020).

Sin embargo, para diferenciarlos de aquellos mecanismos comerciales cortos que utiliza la gran distribución con el propósito de abaratar costos u ofrecer productos diferenciados (Rosa *et al.*, 2020), es necesario prestar atención a aquellas características que generalmente no están presentes en los grandes mercados, como los vínculos productor-consumidor, la solidaridad y la creatividad del trabajo con recursos internos. En este sentido, la relevancia y la complejidad de los CCC, no solo vienen dadas por los beneficios económicos que reportan los productores a causa de la eliminación de la intermediación, sino por los lazos sociales que se construyen con los consumidores. Desde este punto de vista, González Calo *et al.* (2012) proponen la denominación «circuitos de proximidad», con referencia al acortamiento que produce el canal comercial en el sentido social y cultural.

Sumado a esto, Riveros Cañas y Boucher (2019) indican que, a través de estos circuitos, se promueve la cercanía geográfica y los lazos de confianza entre productor y consumidor. Los autores analizan, particularmente, las Canastas Territoriales de Bienes y Servicios como una estrategia de innovación territorial que fortalece la identidad de un territorio a partir de la valoración de uno o varios productos locales asociados a un conjunto de bienes y servicios. Asimismo, demuestran que, tanto las canastas como otros CCC (por ejemplo, mercados locales, mercados agroecológicos, ferias, bolsones a domicilio, compras institucionales, entre otros) aportan al fortalecimiento del capital social, evidenciado en la confianza y el sentido de pertenencia del patrimonio del territorio, generando nuevas capacidades en los pequeños productores y, por lo tanto, nuevos emprendimientos, nuevas asociaciones y diversificación de actividades productivas.

De acuerdo con lo expresado hasta el momento, el objetivo de este trabajo es analizar de qué manera/s los CCC de productos de la AF contribuyen a la alimentación saludable, con el fin de aportar a la evidencia empírica del tema. Para ello, se presentan dos experiencias (Feria Campesina y Mercado Campesino) localizadas en la ciudad turística de Termas de Río Hondo (departamento Río Hondo, provincia de Santiago del Estero, Argentina) teniendo en cuenta las dimensiones de alimentación saludable presentadas en un reciente trabajo de Crotta *et al.* (2024).

A pesar del avance bibliográfico sobre el tema, aún no existen demasiadas evidencias empíricas sobre la medida en que estos CCC contribuyen a la alimentación saludable. En el trabajo de Crotta *et al.* (2024), se presenta la alimentación saludable desde una visión compleja y multidimensional, para luego proponer algunas dimensiones que permitan analizar el aporte de los CCC a la alimentación saludable. Esta investigación fue el norte que orientó los interrogantes de este artículo, constituyendo un insumo teórico-metodológico valioso en la construcción del objeto de estudio.

Según las autoras, la alimentación debe ser analizada desde la complejidad de todas sus fases: la producción de semillas, el cultivo, la selección y preparación de los alimentos, y todo lo que ocurre previo a ser ofertados en el mercado para asegurar su salubridad (Izquierdo Hernández *et al.*, 2004, como se citó en Crotta *et al.*, 2024). Allí, se sintetizaron en seis dimensiones las aristas de la alimentación saludable (Tabla 1), las cuales fueron indispensables para analizar las experiencias de CCC en Santiago del Estero.

De esta manera, la alimentación saludable es un concepto polisémico. Engloba a un conjunto de hechos que comienza mucho antes de la adquisición de los alimentos por parte de los consumidores, es decir, desde la producción hasta el consumo, considerando las formas de producción, los actores intervinientes y sus efectos en términos sociales, ambientales y económicos (Crotta *et al.*, 2024).

Según la investigación, la dimensión nutricional y biomédica permite determinar la calidad de los bienes que se venden en los CCC. Se evalúa si los alimentos son variados, la oferta es diversificada y fresca o si se trata de alimentos procesados. Por su parte, la dimensión económica analiza el grado de intermediación comercial, así como la disponibilidad, asequibilidad y accesibilidad de los alimentos. La dimensión sociocultural demuestra de qué forma los participantes de los CCC tienen intereses y valores comunes, así como lazos de confianza, empatía y amistad.

En cuanto a la dimensión ambiental, no existen definiciones claras, aunque en términos generales se relaciona con la proximidad geográfica; es decir, con alimentos que son producidos y consumidos en el propio territorio y de forma sustentable. Finalmente, la dimensión política está relacionada con la capacidad de articulación y participación en la toma de decisiones de los actores de los CCC y otros actores del territorio como el Estado, las organizaciones y los consumidores, entre otros.

Tabla 1. Palabras claves que definen la alimentación saludable y dimensiones de análisis

Dimensiones	Nutricional	Bio-médica	Económica
Palabras claves	Nutrientes esenciales	Inocuidad	Seguridad Alimentaria Acceso a los alimentos Reducción de pérdidas
	Nutrientes críticos		
	Dieta completa, variada y equilibrada	Promoción de la salud	
	Grupos de alimentos	Atención integral de la salud	
	Calorías	Prevención de enfermedades	
	Energía		
Dimensiones	Socio-cultural	Político-jurídica	Ambiental
Palabras claves	Sistemas Alimentarios	Soberanía Alimentaria	Sostenibilidad Prácticas de producción Agroecología
	Sujetos consumidores	Políticas Alimentarias específicas	
	Valorización de saberes locales y/o comunitarios	Ley de Etiquetado frontal	
	Comensalidad	Derecho de las/os consumidores	
	Alimentación como hecho social total		

Fuente: adaptado de Crotta *et al.* (2024, p. 8)

Antes de avanzar en la metodología, es importante mencionar que, si bien es cierto que no existen demasiadas evidencias empíricas y teóricas que vinculen a los CCC con la alimentación saludable como categoría analítica, no sucede lo mismo con el binomio agricultura familiar-seguridad alimentaria. El concepto universal de seguridad alimentaria, que actualmente sigue teniendo repercusión, es de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO):

Existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos, a fin de llevar una vida activa y sana. (FAO, 1996, s.p.)

En este sentido, y sobre todo a partir de la pandemia por el COVID-19, se produjo una revalorización de la producción hortícola en la Argentina y el mundo, a partir de una renovada mirada de la alimentación como fuente de sabor, salud, sustentabilidad y

biodiversidad. Un ejemplo es la tendencia mundial «hortalizas km 0» en referencia a la producción y comercialización de hortalizas en un área no mayor a 100 kilómetros, lo cual impulsaría mayor protagonismo de producciones a baja escala, con estilo y características propias y el consumo de alimentos seguros y a precios ventajosos (Castagnino *et al.*, 2022; Infante, 2023b; El consumo de frutas y [...], 2023). Desde esa perspectiva, los estudios orientados a analizar y fortalecer la producción agrícola familiar cobran especial relevancia, ya que se trata de un tema estratégico para los países, por los beneficios que aporta a la salud (Infante, 2023b).

Dicho esto, algunos interrogantes que alimentan este artículo son: ¿en qué sentido los CCC aportan a la alimentación saludable? ¿Qué visión tienen los actores sobre esto?

Metodología

La metodología utilizada es, predominantemente, cualitativa, aunque se utilizan técnicas cuantitativas de recolección de datos que abonan al desarrollo del trabajo. La estructura metodológica tiene dos momentos. El primero, consiste en la revisión de datos demográficos en fuentes documentales y censales y el segundo, en la realización de entrevistas semiestructuradas¹ individuales a los productores, con el fin de identificar características y vivencias en torno a las dimensiones elegidas para analizar el aporte de los CCC a la alimentación saludable, en particular, las dimensiones nutricional, biomédica, económica y ambiental. De forma complementaria, las observaciones no participantes en torno a la organización del trabajo, la relación entre compañeros y la dinámica de la comercialización, permiten interpretar y comunicar la realidad «tal como es» y relacionarla con los planteamientos teóricos presentados con antelación.

También, se realizó una entrevista semidirigida a una técnica del entonces Instituto Nacional de Agricultura Familiar y Campesina (INAFCI) con el fin de comprender su perspectiva sobre el proceso de conformación, la trayectoria, las políticas alimentarias, la valorización de saberes locales y la actualidad de los CCC dentro del ejido municipal de Termas de Río Hondo, para analizar las dimensiones sociocultural y política de la alimentación saludable. El propósito de este tipo de entrevista es direccionar las preguntas, pero dejando en libertad a la entrevistada, de abordar los aspectos en el orden que crea conveniente (Giroux y Tremblay, 2011).

La clave metodológica fue prestar atención a la palabra de los entrevistados, considerando su práctica cotidiana, sus saberes y sus apreciaciones sobre la cadena productiva y comercial. Los tópicos que guiaron las entrevistas y que permitieron posteriormente realizar el análisis de las dimensiones fueron:

- ~ Presencia, o no, de alguna forma asociativa de trabajo (asociación civil, cooperativa o sin forma asociativa).
- ~ Cantidad de productores involucrados en el circuito comercial y lugar de residencia de los mismos.
- ~ Cantidad de hectáreas de los cercos² y cantidad de integrantes promedio de cada familia.

1 Estas entrevistas “presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos” (Díaz-Bravo *et al.*, 2013, p. 163).

2 Espacios o estructuras, generalmente delimitadas con alambres o tarimas de madera, donde se lleva a cabo la actividad agrícola y/o pecuaria.

- ~ Cómo surge el CCC, localización, factores que incidieron en el proceso de conformación.
- ~ Diversidad de productos ofrecidos (frescos y procesados), distancia entre los cercos y los CCC y disponibilidad de medios de transporte.
- ~ Cantidad de intermediarios comerciales.
- ~ Cantidad aproximada de clientes por jornada y relación de proximidad social con los mismos (lazos de solidaridad, confianza, empatía, amistad).
- ~ Épocas del año de mayores y menores ventas.
- ~ Vínculos institucionales (municipal, provincial y/o nacional) que favorecieron y/o favorecen el despliegue y fortalecimiento del CCC (políticas públicas, ordenamientos, leyes, proyectos).
- ~ Organización de la venta (presentación de la mercadería, mecanismos de fijación de precios, forma de establecimiento del margen de ganancia, balances contables, rotación (o no) de vendedores, difusión en redes sociales digitales).
- ~ Mecanismos de seguridad de la venta (infraestructura, recursos, herramientas, vestimenta).
- ~ Prácticas agroecológicas de producción y saberes locales y/o comunitarios.
- ~ Frecuencia de capacitaciones sobre buen manejo de prácticas agrícolas y/o estrategias de venta.

La selección de los CCC tuvo en cuenta los siguientes criterios: 1) se desarrollan en la ciudad de Termas de Río Hondo; 2) la totalidad de la mercadería comercializada es producida por agricultores familiares o campesinos del departamento Río Hondo y departamentos aledaños; 3) los CCC no presentan intermediación comercial y se llevan a cabo al menos dos veces por semana; y 4) la construcción de los CCC fue incentivada por el trabajo de agencias estatales.

Para la sistematización de las respuestas se transcribieron las entrevistas y se agrupó la información teniendo en cuenta las dimensiones de alimentación saludable mencionadas anteriormente.

El desarrollo del artículo presenta la siguiente estructura. La primera parte describe el área de estudio. La segunda desarrolla dos ejemplos de CCC que lleva adelante la AF en Termas de Río Hondo: la Feria Campesina y el Almacén Campesino y presenta un cuadro comparativo de las dos experiencias teniendo en cuenta las seis dimensiones. Finalmente, se presentan algunos aportes de la investigación en torno a la contribución de estos CCC a la alimentación saludable a través de la evidencia empírica.

Desarrollo

Termas de Río Hondo: agricultura familiar presente en la ciudad turística

Santiago del Estero tiene aproximadamente un 31% de población rural frente al 3% de Buenos Aires y 10% de Córdoba (Jara, 2020). En cuanto a la presencia de AF en la provincia, Paz *et al.* (2014) afirman que un 83% del total de las explotaciones agropecuarias corresponde al sector, siendo este panorama posible debido a las condiciones edafoclimáticas del área de riego y de secano que facilita la realización de una diversidad de actividades agropecuarias como agricultura, ganadería, apicultura, industria algodonera y forestal, entre otras.

Al centro-oeste de la provincia se ubica el departamento Río Hondo y se extiende por la llanura chaqueña semiárida. El departamento tiene 66.761 habitantes (Instituto Nacional

de Estadística y Censos [INDEC], 2022) y la ciudad cabecera es Termas de Río Hondo debido a su densidad demográfica y su actividad comercial. Dicha ciudad se encuentra a 75 kilómetros de la capital provincial y se constituye como el principal destino turístico de la provincia y un atractivo importante para el país y el mundo³ (Coria, 2014). Cabe destacar que la ciudad de Termas de Río Hondo es el segundo conglomerado urbano más importante de la provincia, después de Santiago del Estero-La Banda. Entre otras características, tiene más de 200 alojamientos turísticos y forma parte del centro termal invernal más importante de América Latina “ya que se encuentra asentada sobre una terma mineralizada, con cientos de napas de agua totalmente ricas en sales y minerales que constituyen uno de los sistemas terapéuticos de mayor trascendencia en el mundo” (Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, 2018, p. 4).

En cuanto a la estructura rural del departamento Río Hondo, existen 521 explotaciones agropecuarias (INDEC, 2018) que se dedican mayormente a la ganadería caprina y bovina, aunque también se observa una amplia oferta de hortalizas, cucurbitáceas y productos con valor agregado como artesanías, arropes, confituras, productos apícolas y madereros, jabones medicinales, licores y conservas.

Particularmente, en la ciudad de Termas de Río Hondo existe una diversidad de iniciativas políticas de orden municipal y nacional, orientadas a promover la comercialización de productos de la AF desde el año 2005, como por ejemplo, la Ley Caprina, las iniciativas de la Municipalidad, el trabajo de técnicos del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), del entonces Instituto Nacional de Agricultura Familiar, Campesina e Indígena (INAFCI) y universidades de la provincia.

Seguidamente, se describen dos modalidades de CCC que se llevan a cabo en la ciudad: la Feria Campesina y el Almacén Campesino, los cuales, a través de su trabajo diario, revalorizan la producción de alimentos frescos y con valor agregado, así como los saberes de la AF y campesina (por ejemplo, el trabajo artesanal y la preservación de recursos naturales en las actividades productivas). Vale destacar que estos circuitos comparten ciertas características como: espacio de venta compartido, punto turístico, oferta de productos elaborados en los cercos, articulación con agencias estatales y producción agroecológica.

Circuitos cortos de comercialización en el área de estudio

Del cerco a la Feria Campesina

Frente a la necesidad histórica de los productores familiares de Termas de Río Hondo y zonas aledañas de mejorar la calidad de su producción y sus ingresos, instituciones como el INTA y el INAFCI, en el año 2019, comenzaron a diagramar una propuesta de feria en la vereda de la sede del INTA de la ciudad. Los productores interesados se agruparon para presentar sus demandas en torno a la comercialización de su mercadería y a gestionar la organización particular de cada familia para poder presenciar estos espacios.

Actualmente, la feria (Figura 1) está integrada por diez familias productoras, se realiza los días martes y jueves por la mañana, y la cantidad de feriantes en temporada baja (noviembre-marzo) es de cuatro a cinco, mientras que la temporada alta (abril-octubre) se caracteriza por la presencia de turistas, por lo que la presencialidad de los feriantes aumenta

³ “En los últimos años la ciudad fue testigo de un importantísimo crecimiento en la dotación de infraestructura. Desde el año 2012, Termas de Río Hondo cuenta con un Aeropuerto Internacional que brinda a la ciudad de una mayor accesibilidad y el acceso a importantes contingentes de turistas nacionales como internacionales” (Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, 2018, p. 5).

a nueve o diez. La decisión de participar o no de la feria depende de cada productor y de sus posibilidades de transporte, el clima y la cosecha.

Las familias tienen entre una a cuatro hectáreas para siembra, producen de forma diversificada y sin agroquímicos y todas residen en el departamento Río Hondo. Los principales productos que se observan en los puestos son: hortalizas de estación, cucurbitáceas, aromáticas, panificados, quesos, miel y variedad de conservas como arropes y mermeladas.

Figura 1. Feria Campesina. Termas de Río Hondo. Abril, 2024



Fuente: archivo propio de trabajo de campo

En cuanto a la modalidad de trabajo, los feriantes comparten el mismo espacio para vender, pero la organización, el transporte, la comercialización y el registro de las ventas son individuales. Siguiendo esta lógica, cada productor decide libremente a qué precio vender su mercadería, teniendo en cuenta el tiempo, el esfuerzo y los insumos utilizados en la producción. Sin embargo, existe una voluntad implícita de comercializar a un precio menor que las verdulerías y respetar los acuerdos que suelen aparecer entre ellos.

Algunos testimonios en torno a la modalidad de trabajo, especialmente la formación de los precios, son los siguientes: *“De los precios a veces charlamos y a veces no. La referencia de los precios son las verdulerías”* (Argentina, productora de Mansupa, departamento Río Hondo, comunicación personal, agosto 2024); *“Tratamos de vender a buen precio, pero hay algunos productos que no podemos bajarle tanto el precio, por ejemplo, el ajo que demora seis meses en cosechar capaz tiene un valor más alto, pero la gente lo elige igual”* (Genaro, productor de Barrialito, departamento Río Hondo, comunicación personal, agosto 2024).

Para que la feria sea posible, el INAFCI, en trabajo conjunto con el INTA, gestionan los permisos necesarios en la Municipalidad de las Termas y se encargan de conseguir y resguardar los insumos y los materiales que los productores precisan. Por otro lado, tanto la cantidad de clientes por jornada como los ingresos, varían de acuerdo con la temporada (Tabla 2).

Tabla 2. Cantidad de clientes e ingreso aproximado de la feria por temporada (en pesos argentinos y dólar MEP). Agosto, 2024

Temporada	Cantidad aproximada de clientes por mes ferial	Ingreso mensual aproximado por productor	Cantidad aproximada de clientes por jornada ferial/ Ingreso aproximado por jornada ferial por productor
Alta (abril-octubre)	560	\$ 500.000 (USD MEP 381) ^(*)	70 / \$ 65.000 (USD MEP 50)
Baja (noviembre-marzo)	400	\$ 270.000 (USD MEP 206)	50 / \$ 30.000 (USD MEP 23)

Nota: ^(*)Se convirtieron los valores a dólar MEP al tipo de cambio vendedor del día 8 de agosto de 2024 (\$1.310, 45) para evitar las distorsiones generadas por la pérdida de poder adquisitivo de la moneda. Al momento de la lectura de este artículo, para tener una dimensión real de los valores, se recomienda realizar el siguiente calculo: DÓLAR MEP DEL TEXTO * DÓLAR MEP VENTA ACTUAL.

Fuente: elaboración personal sobre la base de entrevistas

Resulta importante destacar que el ingreso mensual aproximado para cada productor alcanza el salario mínimo, vital y móvil (SMVM) correspondiente a agosto de 2024⁴ en temporada baja y aumenta un 54% en temporada alta, conformándose como una fuente de trabajo valorable y necesaria, aunque no suficiente en contextos de inflación. Para complementar estos ingresos, los productores participan de ferias itinerantes organizadas por la Municipalidad (Municipalidad de Las Termas de Río Hondo, 2024a; 2024b), que se realizan cada quince días y donde participan también emprendedores y artesanos.

En la Feria Campesina solo se ofrece mercadería producida en los cercos, lo cual la convierte en un punto turístico interesante, permitiendo el desarrollo de vínculos entre productores y consumidores. En este sentido, algunos productores comentan: *“Para eso estamos nosotros, para explicarle a los clientes cómo sembramos, cómo es el riego, el tiempo que tenemos para cosechar, el otro tiempo que no cosechamos nada. Sobre todo, nos pregunta y se interesa la gente turista”* (Mauricia, productora de Termas de Río Hondo, departamento Río Hondo, abril 2024); *“La gente nos pregunta cómo es la producción, nosotros además siempre probamos cosas nuevas en la tierra, con las plantas y eso le solemos transmitir a los clientes”* (Genaro, productor de Barrialito, departamento Río Hondo, comunicación personal, agosto 2024).

La difusión por redes sociales digitales es una acción recurrente entre los feriantes que suben estados de WhatsApp para socializar la mercadería disponible, así como los días y horarios de la feria. Las instituciones también asumen un compromiso visible en estas prácticas, colaborando con la difusión en Facebook y WhatsApp, y generando espacios de capacitación sobre buenas prácticas agrícolas y manipulación de alimentos de forma frecuente a lo largo del año: *“Paola [técnica de INAFICI] es la cabeza de todo esto, nos guía, nos motiva, le da forma a las ideas que nos surgen y la verdad somos agradecidos de eso”* (Mauricia, productora de Termas de Río Hondo, departamento Río Hondo, abril 2024).

Actualmente, el único problema que exteriorizan los feriantes son las precarias condiciones de la comercialización, ya que no disponen de gazebos o carpas para protegerse de las inclemencias climáticas:

No tenemos grandes problemas, solamente vender en la intemperie es un problema. Pero entre nosotros no hay conflicto porque somos muy compañeros. En la feria municipal sí hay problemas por

4 SMVM agosto 2024: \$262.432,93 (USD MEP 200) (Resolución 13/2024, 2024).

los lugares y sillas porque somos más y participan emprendedores de otros rubros como ropa o juguetes. (Mauricia, productora de Termas de Río Hondo, departamento Río Hondo, abril 2024)

Algunos aprendizajes y expectativas por parte de los productores están relacionados con el aumento de los ingresos, la generación de ingresos complementarios a sus fuentes de trabajo y la conformación de vínculos solidarios y de confianza entre ellos:

La feria me ha servido para todo. El sueldo de la jubilación no es bueno y cuando aumenta, igual aumenta la nafta y aumenta todo y no me alcanza. Esta plata que hago aquí la puedo disfrutar para algunos gustitos como ir a comer, tomar un café, comprar cosas que necesito. (Mauricia, productora de Termas de Río Hondo, departamento Río Hondo, abril 2024)

Lo bueno fue conocer gente, somos como una familia. Tenemos un vínculo muy lindo y se extraña a los chicos cuando no vienen. (Genaro, productor de Barrialito, departamento Río Hondo, comunicación personal, agosto 2024)

Finalmente, desde la visión de los productores, los precios en la feria son más accesibles que las verdulerías o los supermercados, y pueden comentar a los clientes cuál es el origen de la mercadería comercializada.

El Almacén Campesino, un logro de las comunidades organizadas

Surge en el año 2016 como iniciativa de un grupo de productores para comercializar sus productos de forma comunitaria. Lo conforman seis organizaciones radicadas en los departamentos Río Hondo, Jiménez y Guasayán: Asociación Civil Luna Creciente (departamento Río Hondo), Cooperativa Huellas de San Francisco (departamento Río Hondo), Asociación Civil de Fomento Comunal Pozo Huascho (departamento Río Hondo), Asociación Civil de Pequeños Productores de Villa Río Hondo (departamento Río Hondo), Asociación Civil Abriendo Caminos (departamento Guasayán) y Asociación Civil Zonal Campesina (departamento Jiménez).

Su objetivo principal es dar visibilidad al sector rural en una de las principales ciudades turísticas termales del país (Gutiérrez *et al.*, 2020). Fue creado en un contexto político favorable al fortalecimiento de la AF a partir de diferentes tramas institucionales (Manzanal *et al.*, 2009) con el INAFCI, el INTA, la Municipalidad de Termas de Río Hondo, las agencias provinciales de desarrollo del Ministerio de Producción, la Jefatura de Gabinete y la Cámara de Diputados. Estas «tramas» también se despliegan a partir de articulaciones comerciales eventuales con el sector privado como la Cámara de Hoteleros de la ciudad y empresas gastronómicas.

En cuanto a las responsabilidades y el aporte de cada organismo público en la construcción de este emprendimiento comunitario, el INAFCI y el INTA acompañan el día a día, generan redes de contacto social y ofrecen ayuda técnica en las áreas de la producción y la comercialización. Por su parte, la Municipalidad, por medio de un convenio con el grupo de productores, proporciona el espacio físico para la venta de los productos dentro del predio del Mercado Municipal de la ciudad:

Venimos trabajando con los productores del Almacén desde el 2005. Las actividades más recurrentes hasta ahora fueron capacitaciones para la preparación de productos, buenas prácticas de manufactura, etiquetado, higiene, control de stock, protocolos de producción, qué producir, cómo, cuándo decidir qué producto debe seguir en la góndola y cuando no. (INTA Experimental Santiago, 2020)

El Almacén atiende al público de lunes a viernes por la mañana y la organización del trabajo consiste en un sistema rotativo de atención y administración del local. Generalmente, asiste un productor de cada organización por día, permitiendo cubrir la presencialidad de vendedores durante toda la semana y distribuir tareas de atención, compra de insumos, registro de planillas, de ventas y de gastos, cobranzas, reposición y control de *stock*, seguridad y limpieza. Asimismo, los productos que se comercializan pueden dividirse en dos grandes categorías: alimenticios y no alimenticios (Tabla 3). Las ventas varían considerablemente dependiendo la temporada. En temporada baja, la cantidad de clientes por día suele ser dos o tres, pero en temporada alta se observan hasta 30 ventas por jornada (Tabla 4).

Tabla 3. Productos del Almacén Campesino. Termas de Río Hondo, agosto de 2024

Categorías de productos comercializados en Almacén Campesino	
Alimenticios	No alimenticios
Confituras (empanadillas de cayote, tabletas de chañar, bombones de tuna con dulce de leche, bolanchao)	Artesanías en cuero (billeteras, carteras, lazos, cintos, sandalias, porta termo)
Conservas (ají picante, conserva de tuna)	Artesanías en lana (tejidos)
Frutos del monte (poleo, mistol, ají del monte)	Artesanías en palma (canastos)
Panificados (galletas con harina de maíz, galletas con harina de algarroba)	
Generales (dulce de leche de cabra, harina de algarroba, harina de maíz tostado, queso de cabra, polen, miel de abeja, miel con panal, arropo de chañar, higos en almíbar, mermelada de membrillo)	Otros (utensilios de madera, jabones medicinales, reciclados de tela)

Fuente: elaboración personal sobre la base de entrevistas y Almacén Campesino VG (2025)

Tabla 4. Cantidad de clientes e ingreso (en pesos argentinos y dólar MEP) aproximados del Almacén por temporada. Agosto, 2024

Temporada	Cantidad aproximada de clientes por mes (20 días hábiles)	Ingreso mensual aproximado	Cantidad aproximada de clientes por jornada diaria/Ingreso aproximado por jornada diaria
Alta (abril-octubre)	600	\$ 2.500.000 (USD MEP 1908)	30 / \$ 130.000 (USD MEP 99)
Baja (noviembre-marzo)	60	\$ 830.000 (USD MEP 633)	3 / \$ 40.000 (USD MEP 30)

Fuente: elaboración personal sobre la base de entrevistas

Al igual que la feria, en el Almacén los clientes manifiestan interés en conocer cómo se elaboran los productos. Por otro lado, los vínculos con instituciones estatales son frecuentes, sobre todo con el INAFCI y la Municipalidad de la ciudad: *“A veces le vendemos a la Municipalidad si hay algún evento institucional, para hacer regalos artesanales como carteras, dulces, galletas, y eso nos hace mucha publicidad de boca en boca* (Nina, productora de Villa Guasayán, departamento Guasayán, agosto 2024).

Los insumos que utilizan para producir, generalmente son endógenos, es decir, pertenecen y se reproducen en los cercos, y la definición de los precios es colectiva, a diferencia de la Feria Campesina:

Cada quince días nos reunimos y definimos precios entre todos. Además, hacemos la rendición de las ventas que están escritas en el cuaderno, repartimos lo que ha vendido cada uno y dejamos un pequeño porcentaje para limpieza y gastos. El control del dinero lo llevamos todos. (Nina, productora de Villa Guasayán, departamento Guasayán, agosto 2024)

La actividad económica que predomina en las Termas de Río Hondo es el turismo, por lo tanto, la ciudad se caracteriza por la presencia de diversas cadenas hoteleras internacionales y nacionales, y departamentos y cabañas para vacacionar durante todo el año, especialmente durante el invierno. Sin embargo, ni el Almacén ni la Feria lograron aún consolidar vínculos que les permitan comercializar de forma sostenida sus productos a estos complejos turísticos. Las ventas, más bien, se orientan a los habitantes locales y los turistas que recorren la ciudad y tienen particular interés por los productos regionales y de la AF. Solamente una productora distribuye de forma eventual a un hotel cuatro estrellas productos como cayote, arrope de tuna y mermeladas de su elaboración.

La difusión por redes sociales digitales se realiza mediante Facebook (El Almacén Campesino, s.f.) y los productores acuden a capacitaciones de manipulación de alimentos al menos tres veces por año. A diferencia de la Feria Campesina, el Almacén ofrece a los productores condiciones de trabajo seguras, sin embargo, el principal problema reside en la escasez de ventas durante la temporada baja (Figura 2).

Figura 2. Almacén Campesino. Termas de Río Hondo, agosto de 2024



Fuente: archivo propio de trabajo de campo

Finalmente, los aprendizajes manifestados a lo largo del tiempo están relacionados con la posibilidad de tener un punto de venta fijo, entablar nuevos vínculos sociales con los consumidores, con las autoridades municipales, con el sector privado y con los compañeros de trabajo.

Dentro de todo, el Almacén nos ha abierto nuevas posibilidades a quienes teníamos mucha producción en el campo. Antes, el dulce de leche lo hacíamos solamente para la familia o para regalar a parientes de otras provincias y ahora lo vendemos [...]. Lo mejor no solo es tener un punto de venta, sino que la gente conozca el trabajo del campesino. Muchos turistas no sabían qué era el mistol y el arrope de chañar con todos sus beneficios para la salud. Incluso mucha gente de Santiago no sabe. (Nina, productora de Villa Guasayán, departamento Guasayán, agosto 2024)

Las expectativas tienen que ver con la ampliación y la renovación del Almacén, así como el fortalecimiento de lazos sociales y políticos, y la inclusión de los jóvenes en el trabajo campesino:

Me gustaría sumar más compañeros al Almacén. Mi esperanza es que haya más productores porque el campo da para producir mucho más. Tenemos de todo en el campo [...]. Hay interés de los jóvenes por seguir la producción en el campo. Este año en Guasayán se entusiasmaron mucho por la recolección de la algarroba y el mistol porque había mucho para cosechar [...]. Cuando hago arrope mi nieta de cinco años observa. Un día estaba haciendo dulce de mistol y ella me dijo “yo tengo que aprender esto para que yo lo haga cuando vos ya no estés”. Eso me ha causado emoción, pero me ha hecho pensar que todo lo que hacemos en el campo, los chicos observan y van asumiendo su valor. (Nina, productora de Villa Guasayán, departamento Guasayán, agosto 2024)

El Almacén Campesino tiene su base en el trabajo comunitario de productores e instituciones públicas a través de lazos solidarios y de confianza: “Creo que somos diferentes a otros mercados porque tratamos de entablar vínculos con los clientes, que se interesan por saber la procedencia de los productos y cuando vuelven a vacacionar aquí vuelven a visitarnos” (Nina, productora de Villa Guasayán, departamento Guasayán, agosto 2024).

Información comparativa de los circuitos cortos de comercialización con base en las dimensiones de alimentación saludable

En este apartado se presenta un cuadro comparativo (Tabla 5) donde se resumen las características de las experiencias, permitiendo descubrir aspectos en común y contrastes, a partir de las dimensiones de alimentación saludable propuestas por Crotta *et al.* (2024).

Tabla 5. Cuadro comparativo de los circuitos cortos de comercialización con base en las dimensiones de alimentación saludable. Agosto, 2024

Dimensiones de alimentación saludable	Feria Campesina	Almacén Campesino
	Calidad de productos comestibles basada en la elaboración fresca o procesada, cumpliendo con las normas de manipulación de alimentos.	Calidad de productos comestibles basada en la elaboración fresca o procesada, cumpliendo con las normas de manipulación de alimentos.
Nutricional	Oferta de alimentos frescos, estacionales y de calidad provenientes directamente del campo: hortalizas de estación, cucurbitáceas, aromáticas, panificados, quesos, miel y conservas.	Oferta de alimentos nutritivos proveniente de los cercos: confituras, conservas, frutos del monte, panificados, harinas, quesos y miel.

Biomédica	Existen evidencias sobre la capacidad nutricional de los productos ofrecidos, particularmente sobre las propiedades alimenticias, antioxidantes y antihongos de los productos derivados del algarrobo, el mistol y el chañar (Sarmiento y Villareal, 2024).	Existen evidencias sobre la capacidad nutricional de los productos ofrecidos, particularmente sobre las propiedades alimenticias, antioxidantes y antihongos de los productos derivados del algarrobo, el mistol y el chañar (Sarmiento y Villareal, 2024).
	Para asegurar la inocuidad de los alimentos, sería necesaria la intervención de la Dirección de Bromatología de la Municipalidad, ya que se trata de productos elaborados artesanalmente en los cercos.	Para asegurar la inocuidad de los alimentos, sería necesaria la intervención de la Dirección de Bromatología de la Municipalidad, ya que se trata de productos elaborados artesanalmente en los cercos.
Económica	No existe la intermediación comercial.	No existe la intermediación comercial.
	Los precios son asequibles y más bajos que las verdulerías de la ciudad. Los precios son definidos en conjunto.	Los precios son asequibles y llamativos para el turismo nacional e internacional. Los precios son definidos en conjunto.
	La disponibilidad y diversidad de los productos depende de su estacionalidad, ya que, en su mayoría, se trata de hortalizas y conservas.	La oferta de productos está disponible y es diversa todo el año debido al abastecimiento continuo de la materia prima.
Socio-cultural	Se observa compañerismo, amistad y empatía entre los feriantes. Las diferencias en torno a los horarios, los precios y los puestos, son resueltas mediante el diálogo y los acuerdos.	Se observa compañerismo y lazos de solidaridad, ya que la atención es rotativa y los productos de los compañeros son ofrecidos por quien se encuentre a cargo del Almacén. Los precios son definidos en conjunto.
Ambiental	Los alimentos son producidos agroecológicamente en cercos de diferentes parajes del departamento Río Hondo, por lo que existe proximidad geográfica entre el ámbito de la producción y de la comercialización.	Los alimentos son producidos agroecológicamente ^(*) en cercos que pertenecen al departamento Río Hondo, aunque también provienen de otros departamentos cercanos. Se puede decir que existe proximidad geográfica entre el ámbito de la producción y de la comercialización.
Política	La feria es el resultado de una construcción colectiva entre productores, agencias estatales y consumidores. Estos tres actores propician su sostenimiento y desarrollo en el tiempo.	El Almacén es el resultado de una construcción colectiva entre productores, agencias estatales y consumidores. Estos tres actores propician su sostenimiento y desarrollo en el tiempo.

Nota: ^(*) Esto en referencia a la producción sin agroquímicos e insumos industriales. Es importante señalar que no se llevó a cabo un estudio detallado o profundo de la producción agroecológica en estos sitios.

Fuente: elaboración personal

Consideraciones finales

Los CCC son mecanismos de venta que han adquirido relevancia por sus particularidades, como la venta sin intermediarios —o disminuyendo al máximo esta figura—, la generación de ingresos para los agricultores familiares, el fortalecimiento de lazos sociales, el agregado de valor de los productos y la proximidad geográfica entre productores del campo y consumidores de la ciudad. Además, los CCC tienen una connotación geográfica por la cercanía física entre los ámbitos de la producción y el consumo que ocurre generalmente.

Sumado a esto, uno de los aspectos más importantes de los CCC es el acortamiento que produce en el sentido social y cultural entre productores y consumidores, constituyendo lo que se conoce como circuitos de proximidad.

Esta investigación tuvo por objetivo analizar de qué manera/s los CCC de productos de la AF aportan a la alimentación saludable, teniendo en cuenta las seis dimensiones de alimentación saludable propuestas por Crotta *et al.*, (2024): nutricional, biomédica, económica, socio-cultural, ambiental y política. Para materializar este objetivo, se analizaron dos experiencias de AF localizadas en la ciudad turística de Termas de Río Hondo (departamento Río Hondo, provincia de Santiago del Estero, Argentina) conocidas como Feria Campesina y Almacén Campesino, destacando los aspectos en común, así como aquellos que las diferencian. Así, el objetivo fue aportar evidencia empírica acerca de la contribución de los CCC a la alimentación saludable. En este sentido, para futuras ocasiones, cabe preguntarse cuál es la problematización teórica que se desprende de la vinculación entre los CCC y la alimentación saludable.

De forma sintética, y a los fines de refrescar la información sobre alimentación saludable, se puede decir que se trata de un concepto complejo y multidimensional, abarcando desde las decisiones en el ámbito de la producción hasta el ofrecimiento de la mercadería en los espacios comerciales. Si bien este concepto enfoca su atención en la salubridad y formas de producción agroecológicas de los alimentos, también incorpora otros aspectos fundamentales como presentación de los alimentos, actores intervinientes, efectos de la producción en términos sociales, ambientales y económicos; instrumentos políticos como normativas, proyectos o iniciativas que favorecen su desarrollo; asequibilidad de los precios, lazos sociales y solidarios entre los actores participantes y construcción individual o comunitaria de los precios, entre otros.

Las autoras sintetizan estos elementos en seis dimensiones con la intención de aplicarlos en distintos tipos de CCC presentes en los territorios y para evaluar su contribución a la alimentación saludable (Crotta *et al.*, 2024). Como se mencionó al inicio, este antecedente orientó la construcción del objeto de estudio, ayudó a aclarar algunas confusiones teóricas y permitió organizar la información obtenida en el trabajo de campo.

La metodología utilizada fue predominantemente cualitativa, aunque se utilizaron técnicas cuantitativas como revisión de datos demográficos en fuentes documentales y censales. En cuanto a las técnicas cualitativas, se realizaron entrevistas semiestructuradas a productores, observaciones no participantes en la Feria y el Almacén y una entrevista semidirigida a una técnica del INAFCI. En todo momento, la clave fue prestar atención a las vivencias y perspectivas de los diversos actores sobre la cadena productiva-comercial y sobre los lazos construidos con los consumidores. Asimismo, los interrogantes de investigación fueron disparadores para analizar la cuestión: ¿en qué sentidos los CCC aportan a la alimentación saludable? ¿Qué visión tienen los actores sobre esto?

Teniendo en cuenta que la dimensión nutricional y biomédica busca determinar la calidad de los bienes que se venden en los CCC, en ambas experiencias se identificó oferta diversificada y fresca, proveniente directamente del campo, aunque también productos con agregado de valor. En la Feria predomina la primera opción, mientras que en el Almacén, la mayoría de los alimentos tienen algún grado de procesamiento realizado bajo buenas prácticas de manufactura. Es importante resaltar que todos los alimentos ofrecidos tienen propiedades y nutrientes que, en muchas ocasiones son desconocidos. Un ejemplo particular que llama la atención es cómo, a partir de las conversaciones generadas entre productores y consumidores en el Almacén Campesino, los turistas provinciales, nacionales e internacio-

nales, descubren las propiedades nutritivas del mistol y el chañar.

En cuanto a la dimensión económica, tanto en la Feria como en el Almacén no existe intermediación comercial. Esto permite asegurar la asequibilidad de los precios y aumentar la posibilidad de decisión y negociación de los productores sobre su mercadería. Una diferencia entre ambos CCC radica en la disponibilidad y diversidad de la oferta durante el año. Mientras que en el Almacén los productos están disponibles en góndola todo el año debido al abastecimiento continuo de la materia prima, en la Feria la oferta puede variar según la temporada debido a la estacionalidad de la siembra y la cosecha.

La dimensión sociocultural permite vislumbrar los intereses comunes de los actores intervinientes (productores, agentes estatales y consumidores) sobre la importancia de alimentarse mejor y de colaborar con el fortalecimiento de la AF en ese sentido. Así, surgen lazos de solidaridad, empatía y amistad. Algunos ejemplos son la capacidad de dialogar y acordar precios, horarios y puestos; y en la confianza depositada en los compañeros del Almacén que tienen a su cargo la atención y la venta de la mercadería de los demás.

Respecto a la dimensión ambiental de la alimentación saludable, algunos aspectos disparadores son la producción sin agroquímicos y la proximidad geográfica entre los ámbitos de la producción y los espacios físicos de los CCC. En ambas experiencias, la producción es sustentable desde la perspectiva ecológica, ya que no utilizan agroquímicos y la mayor parte de la materia prima se consigue en el campo. Por su parte, existe proximidad geográfica entre la Feria y los cercos de sus integrantes, ya que las familias están radicadas dentro del departamento Río Hondo. En el caso del Almacén, algunas familias están radicadas en el departamento Río Hondo y otras en departamentos aledaños, provocando, en ocasiones, algunas dificultades para trasladar la mercadería.

Finalmente, la dimensión política está relacionada con la capacidad de articulación y participación en la toma de decisiones de los actores intervinientes en los CCC como productores, agencias del Estado, organizaciones, consumidores, entre otros. Tanto en la Feria como en el Almacén, las decisiones son tomadas de forma comunitaria, respetando el diálogo y los acuerdos previos sobre precios, presentación de la mercadería, sistemas rotativos de atención, limpieza, etc. Las agencias estatales colaboradoras como el INTA, el INAFCI o la Municipalidad, tienen un rol fundamental en el sostenimiento de los CCC a partir de las capacitaciones, las visitas y el seguimiento de las formas de organización y funcionamiento. En esa línea, se destaca el esfuerzo por llevar adelante proyectos e iniciativas para fortalecer la AF.

Sin embargo, existen algunos aspectos que necesitan ser revisados para asegurar el desarrollo de los CCC y un mayor aporte a la alimentación saludable. Uno de ellos es que, para garantizar la inocuidad de los alimentos, es fundamental una actuación más frecuente de la Dirección de Bromatología de la Municipalidad, ya que se trata de productos elaborados artesanalmente en los cercos. Esta vinculación podría traer algunos beneficios como perfeccionar las prácticas productivas y comerciales y ofrecer mejores servicios. Por otro lado, sería interesante que los productores tengan mayor accesibilidad a los complejos turísticos como cabañas, departamentos u hoteles en una ciudad como Termas de Río Hondo, para que sus productos puedan ser conocidos por aquellos turistas que no recorren la ciudad o no recurren al Almacén y a la Feria por desinterés o desconocimiento. Para esto, es importante generar contactos con el sector privado como la Cámara de Hoteleros de la ciudad de Termas de Río Hondo y asegurar ciertos volúmenes de producción al año.

A partir de este recorrido, se pueden mencionar tres aportes fundamentales: los CCC son sistemas de comercialización basados en relaciones horizontales y de cooperación, aportan

al consumo de alimentación saludable a partir de diferentes aspectos y, en términos más teóricos, colocan al sistema agroalimentario vigente en un debate político y social.

El primer aporte viene a reforzar la literatura específica sobre el tema. Los CCC están caracterizados por sostener vínculos horizontales y de cooperación entre compañeros de trabajo, buscan aunar esfuerzos y objetivos individuales en un proyecto colectivo y permiten afirmar que se pueden construir ecosistemas sociales que funcionen con reglas distintas a las capitalistas clásicas (Ferrer *et al.*, 2020). En este sentido, los productores tienen bajo su responsabilidad, decidir qué y cómo se produce, definir el valor de esa mercadería y establecer articulaciones y colaboraciones que permitan aumentar la demanda y sostener estos mercados. Solo de esta manera, los CCC (en este caso una Feria y un Almacén) pueden seguir generando empleo, valor agregado y permanencia del sector de la AF aún en contextos desfavorables.

El segundo aporte tiene que ver con la posibilidad de conseguir alimentos saludables y frescos en los CCC frente a los productos convencionales y/o industrializados. Sin embargo, para fortalecer estos espacios comerciales es fundamental un cambio en los patrones de consumo y que los habitantes elijan alimentarse mejor y cuidar su salud, sobre todo después de la pandemia por el COVID-19. Se trata del compromiso por empezar a consumir alimentos de forma responsable, prestando atención, no solo a su potencial nutricional, sino también a su procedencia y las formas sostenibles de producción y de distribución. En este aspecto, juega un rol importante la instalación de este tipo de propuestas de comercialización en la agenda gubernamental y su materialización en políticas públicas y educación alimentaria.

Finalmente, desde una mirada más teórica y global, los CCC movilizan y colocan al sistema agroalimentario dominante en un debate político y social. Se entiende que este modelo es relevante por su contribución a la generación de divisas y las relaciones económicas internacionales. Sin embargo, ha generado cambios profundos en la matriz productiva, pérdida de biodiversidad y deforestación masiva. En ese contexto, los CCC son mecanismos innovadores que ayudan y fortalecen al sector de la AF. No se pretende generalizar, ni tampoco plantear que son mercados alternativos o superadores de la gran distribución, en realidad lo que se busca es visibilizar y apoyar desde la academia estos nichos o mercados que germinan con ilusión, se desarrollan con fuerza y se sostienen con esfuerzo cotidiano para aportar a la alimentación saludable y a la seguridad alimentaria.

Referencias

- Alcoba, D. L. y Dumrauf, S. (2011). *Del productor al consumidor. Apuntes para el análisis de las ferias y mercados de la agricultura familiar en Argentina*. Colección Agricultura Familiar O7. Ediciones INTA. <http://bit.ly/437K7hB>
- Almacén Campesino VG [@almacencampesinovg]. (2025, 2 de octubre). <https://www.instagram.com/almacencampesinovg/>
- Balbi, A., Cavallaro, S., Coppolecchia, M., Fernández, D., Greco, M. G., Lamarca, M. L., Oliva, J., Rivas, I., Serrano, M., Sosa, I. y Tobio, M. I. (2018). *Estudio geocientífico aplicado al ordenamiento territorial las Termas de Río Hondo, provincia de Santiago del Estero. República Argentina*. Servicio Geológico Minero. Instituto de Geología y Recursos Minerales. <https://bit.ly/47uwr2y>
- Castagnino, A. M., Díaz, K. E., Rogers, W. J., Rosini, M. B., González Ferrín, S., Berriolo, J., Zazzetta, M., Cendon, M. L., Fasciglione, G., Yommi, A., Díaz, H., García Franco, A., Marina, J. y Rubel, I. (2022). Tendencias del consumo argentino de hortalizas y

- frutas locales “Km 0”. *Horticultura Argentina*, 41(105), 61-109. <https://bit.ly/46VxiZU>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). *Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar. Análisis de la experiencia internacional y latinoamericana*. CEPAL. <https://www.ciap.org.ar/Sitio/Archivos/encadenamientos%20productivos2016cepal.pdf>
- Coria, R. D. (2014). *Situación del mercado del turismo rural en el Departamento Río Hondo, Santiago del Estero* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Quilmes]. Argentina. <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/116/coria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Craviotti, C. y Maréchal, G. (2017). Sistemas alimentarios de proximidad y agriculturas deslocalizadas: Reflexiones a partir de la producción láctea bretona. *X Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales Argentinos y Latinoamericanos*. Argentina. <https://shs.hal.science/halshs-01579706/document>
- Craviotti, C. y Palacios, P. (2013). La diversificación de los mercados como estrategia de la agricultura familiar. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 51, 63-78. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/9465/CONICET_Digital_Nro.13435.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Crotta, C. V., Cendón, M. L. y Bruno, M. P. (2024). Alimentación saludable: una revisión de la literatura para una definición integral en el marco de los circuitos cortos de comercialización. *Estudios Rurales*, 14(29). <https://doi.org/10.48160/22504001er29.525>
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M. y Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. <https://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf>
- El Almacén Campesino (s.f.). [Publicación]. Página de Facebook. <https://www.facebook.com/profile.php?id=100057269326579>
- El consumo de frutas y hortalizas de proximidad, en pleno auge (2023, 2 de enero). *Argentina.gob.ar*. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-consumo-de-frutas-y-hortalizas-de-proximidad-en-pleno-auge>
- Ferrer, G., Saal, G. A., Barrientos, M. A. y Francavilla, G. (2020). Circuitos cortos de comercialización de la agricultura urbana y periurbana en la zona central de Córdoba, Argentina. *Otra Economía*, 13(23), 145-160. <https://revistas.ungs.edu.ar/index.php/otraeconomia/article/view/743>
- Gazolla, M. y Schneider, S. (Orgs.). (2017). *Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar*. Editora da UFRGS. <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/232245/001020657.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Giroux, S. y Tremblay, G. (2011). VI. La entrevista ¡Agudice el oído! En S. Giroux y G. Tremblay, *Metodología de las ciencias humanas. La investigación en acción* (pp. 161-178). Fondo de Cultura Económica.
- González Calo, I., Giménez, T., Ramos Real, E. y Renting, H. (2012). Circuitos cortos de comercialización en Andalucía: un análisis exploratorio. *Revista Española de Estudios Agro-sociales y Pesqueros*, (232), 193-230. https://www.researchgate.net/publication/305806600_Circuitos_cortos_de_comercializacion_en_Andalucia_un_analisis_exploratorio
- Gutiérrez, M., Suárez, M. V. y Villalba, A. E. (2020). Producir y comercializar en pandemia: las renovadas estrategias de los agricultores familiares en Santiago del Estero

- durante 2020. *Trabajo y Sociedad*, 37(22), 13-30. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/146481/CONICET_Digital_Nro.bae38760-87d3-4d7f-8992-e9de0b-9230d8_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Infante, C. M. (2023a). ¿Qué esconde la articulación con los mercados en la agricultura familiar? Contribuciones en torno a la mano de obra familiar y las estrategias de no mercantilización en la provincia de Santiago del Estero, Argentina. *Revista Latinoamericana de Estudios Rurales*, 8(15), 1-28. <https://ojs.ceil-conicet.gov.ar/index.php/revistaalasru/article/view/1103/999>
- Infante, C. M. (2023b). Análisis rural web en una experiencia apícola familiar (Argentina) para pensar sistemas alternativos al régimen agroalimentario convencional. *Eutopía. Revista De Desarrollo Económico Territorial*, (24), 142-62. <https://doi.org/10.17141/eutopia.24.2023.6068>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2018). *Manual 5: el mercado y la comercialización*. IICA. <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2018). *Censo Nacional Agropecuario 2018: resultados definitivos*. https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/cna2018_resultados_definitivos.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2022). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022. Resultados definitivos*. <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-Tema-2-41-165>
- INTA Experimental Santiago (2020, 14 de mayo). *El Almacén Campesino – INTA Santiago* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=04g6frz31bQ>
- Jara, C. (2020). Brotes que no quieren marchitar. El movimiento de ferias y las políticas para la agricultura familiar en Argentina (2015-2018). *Polis. Revista Latinoamericana*, (55), 144-158. <https://journals.openedition.org/polis/18754>
- López García, D. (2012). Experiencias colectivas de circuitos cortos de comercialización para la carne de vacío ecológica. *X Congreso de la Ciencia Española de Agricultura Ecológica*. España. https://www.researchgate.net/publication/288828679_Experiencias_colectivas_de_circuitos_cortos_de_comercializacion_para_la_carne_de_vacuno_ecologica
- Manzanal, M., Arqueros, M. X., Arzeno, M. y Nardi, M. A. (2009). Desarrollo territorial en el norte argentino: Una perspectiva crítica. *Eure*, 35(105), 131-153. <https://www.scielo.cl/pdf/eure/v35n106/art07.pdf>
- Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda. (2018). *Aprovechamiento sustentable del recurso termal y de las aguas del río Dulce para las Termas de Río Hondo y su región de influencia en la cuenca Salí Dulce* (Estudio 1. EE.725. Informe final, volumen I. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/aprovechamiento_sustentable_del_recurso_termal_y_de_las_aguas_del_rio_dulce_rio_hondo.pdf
- Municipalidad de Las Termas de Río Hondo (2024a, 19 de abril). *Feria Municipal Itinerante* [Publicación]. Facebook. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=843025997866323&set=a.632894455546146>
- Municipalidad de Las Termas de Río Hondo (2024b, 20 de abril). *Hoy estuvimos con una nueva edición de la Feria Itinerante Municipal en la Plaza Eva Perón* [Publicación]. Facebook. <https://www.facebook.com/municipalidadtermas/posts/pfbid02kmiPK6Zfy9gU-JvbTUU81eDn33QiRZsU8ubeyvUiyFu8hGnz5cyhVS72enGymgGDal>

- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (1996). *Declaración de Roma sobre la Seguridad Alimentaria Mundial. Cumbre mundial sobre la alimentación*. Italia. <http://www.fao.org/3/W3613S/W3613S00.htm>
- Paz, R., de Dios, R. y Gutiérrez, M. (2014). *La Agricultura Familiar en Santiago del Estero. Cuantificación y análisis a partir de los datos del Registro Nacional de la Agricultura Familiar*. Magna Publicaciones.
- Resolución 13 de 2024 (2024, 25 de julio). Consejo Nacional del Empleo, la Productividad y el Salario Mínimo, Vital y Móvil. Boletín Oficial de la República Argentina. <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/311320/20240726>
- Riveros Cañas, A. y Boucher, F. (2019). Canastas Territoriales de Bienes y Servicios (CTB-YS) y Circuitos Cortos de Comercialización (CCC): contribuciones a la dinamización económica a partir de dos casos de estudio de SIAL en América Latina. En M. C. Renard y J. M. Tolentino Martínez (Coords.), *Red SIAL México Diez años de contribución a los estudios de los Sistemas Agroalimentarios Localizados* (pp. 109-126). Yod Estudio. <https://ru.iiec.unam.mx/4992/1/RED-SIAL-10-anios.pdf>
- Rodríguez Saéñz, D. y Riveros Serrato, H. (2016). *Esquemas de comercialización que facilitan la articulación de productores agrícolas con los mercados*. IICA. <https://blog.iica.int/sites/default/files/2020-04/B4242e%20esquemas%20de%20comercializacion.pdf>
- Rosa, P., Muro, M., Marcos, M. F. y Cowan Ros, C. (2020). Circuitos cortos de comercialización. Experiencias de trabajo y de organización alternativas. En A. Rofman (Org.), *Circuitos productivos regionales y estrategias de desarrollo en la Argentina del siglo XXI* (pp. 250-272). IADE. https://www.iade.org.ar/system/files/libro_ceur.pdf
- Sarmiento, M. A. y Villareal, M. (2023). Oportunidades, limitaciones y desafíos en la producción y comercialización de frutos del bosque chaqueño. *De Prácticas y Discursos*, 12(19). <https://revistas.unne.edu.ar/index.php/dpd/article/view/6683/6165>