



**Revista**  
**“TECNOÁRIDO”**  
Año 4 - N° 6 - Junio de 2022

**Capítulo 11**

**LA FERIA COMO CIRCUITO  
CORTO DE COMERCIALIZACIÓN**

ESTACIÓN EXPERIMENTAL AGROPECUARIA LA RIOJA



INTA EEA La Rioja



@eealarioja



INTA EEA La Rioja

[www.inta.gob.ar/larioja](http://www.inta.gob.ar/larioja)



.....

## LA FERIA COMO CIRCUITO CORTO DE COMERCIALIZACIÓN

**AUTORES:**

*Ing. (Ms. Sc.) Gabriela Fernanda Vega (INTA AER Chamental) | Ing. (Ms. Sc.) Ricardo Luján (INTA AER Chamental)  
Riva de Neyra Osman del Valle (Coordinador SAFCI Zona de Los Llanos, La Rioja)*

## INTRODUCCIÓN

Los circuitos cortos en las cadenas agroalimentarias han sido una tendencia emergente en los últimos años no solo en Europa y Estados Unidos sino también en América Latina. Estas estrategias de comercialización son sistemas agroalimentarios alternativos que agrupan diferentes formas de distribución caracterizadas principalmente por un número reducido (o incluso inexistente) de intermediarios entre consumidores y productores o por una limitada distancia geográfica entre ambos (Deverre y Lamine, 2010; Parker, 2005).

En su origen, los circuitos cortos, estuvieron principalmente vinculados a la demanda de proximidad social: los consumidores buscaban un contacto directo y la generación de relaciones de confianza con el productor. El creciente interés en los circuitos cortos responde también a exigencias de calidad y trazabilidad de consumidores alarmados por las crisis sanitarias en los mercados de alimentos (Renting y otros, 2003; Aubry y Kebir, 2013).

En todo el país, el fortalecimiento de los circuitos cortos de comercialización, es una de las líneas de trabajo del INTA, cuya finalidad es acercar alimentos de productores a consumidores. La iniciativa tiene como objetivo fortalecer, mediante acciones concretas y coordinadas, canales cortos de comercialización, contribuir a la seguridad y la soberanía alimentaria, con la integración al comercio de las economías regionales y comunitarias, respetando el ambiente.

El objetivo del presente artículo es visibilizar la trayectoria de la Feria del productor al consumidor durante más de 10 años con el desarrollo de diferentes estrategias de comercialización para fomentar el apoyo a los agricultores y emprendedores y el consumo justo.

## EXPERIENCIA DE LA FERIA DEL PRODUCTOR AL CONSUMIDOR CHAMICAL

El Municipio del departamento Chamental conjuntamente con el INTA y la Secretaría de Agricultura Familiar, vienen desarrollando programas de transferencia con el fin de asistir a los sistemas productivos de la agricultura familiar, sus procesos organizativos y sus luchas reivindicativas. Muchas de estas actividades tienen como propósito crear espacios de comercialización donde los pequeños productores puedan hacer efectiva la venta de sus productos, pues dicho fenómeno fue históricamente una de las necesidades sentidas por el sector. Es así que las ferias emergieron como un modo de comercialización alternativo al mercado convencional, garantizando calidad, cantidad y precio justo.

En cada instancia de la feria se pueden adquirir productos que cumplen estándares de calidad, orgánicos, naturales y artesanales. También se encuentran cabritos, gallinas, patos, pavos, conejos, cerdos, embutidos, verduras de hoja, zapallos, choclos, plantas aromáticas, frutales, ornamentales, frutas frescas como naranjas, membrillos, dulces, escabeches, arropes, miel, quesos y quesillos, escabeches, manufacturas de panadería, tejidos y artesanías de madera, cerámica, cuero, hueso, entre otros.

La Feria del Productor al Consumidor constituye un circuito corto de comercialización donde productores de distintas zonas rurales se reúnen mensualmente en un espacio físico avalado por Ordenanza del Concejo Deliberante de la Municipalidad departamental. En dicho espacio se reúnen con consumidores cara a cara, manteniendo relaciones justas basadas en la confianza, solidaridad y respeto por el medio ambiente.

La implementación de la feria tiene como objetivo fortalecer, mediante acciones concretas y coordinadas, canales cortos de comercialización en los cuales las y los agricultores venden directamente a los consumidores, con una creciente demanda por parte de los compradores que buscan productos locales, frescos, auténticos, saludables y de temporada.

Esta propuesta de circuitos cortos de comercialización también se realiza en fechas especiales como días festivos (aniversario del departamento, pascuas, feriados, vacaciones, entre otros.).

## LOS ORÍGENES

Desde hace 12 años la Feria del Productor al Consumidor, que nuclea a 50 feriantes, viene desarrollando sus actividades de comercialización de circuitos cortos en forma mensual cerca de la plaza principal de la ciudad de Chamental, provincia de La Rioja. Con el propósito de ofrecer productos, atender las demandas del mercado local, fortalecer las economías regionales tanto de la zona urbana como la rural y ser un espacio de encuentro entre productores y consumidores.

En el año 2018 a través del Proyecto Específico N° 520, financiado por el Programa Prohuerta (MDS-INTA) se vio fortalecida con equipamiento, en lo que se refiere a gacebos, mesones, grupo electrógeno, sillas, heladera exhibidora, freezer, horno, baños químicos, entre otras; ofreciendo espacios con infraestructura e instalaciones básicas que permitan fortalecer sus economías, brindando capacitaciones, mejorando la organización y la participación

1: Deverre, C.; Lamine, C. (2010). *Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales*. París, Francia.  
 2: Renting H., Marsden T. K., Banks J. (2003). "Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development". *Environment and Planning A*, 35(3): 393-411.  
 3: Aubry C., Kebir L. (2013). *Shortening food supply chains: A means for maintaining agriculture close to urban areas? The case of the French metropolitan area of Paris*, *Food Policy*, 41 (2013): 85-93.

de la mujer que contribuye con los productos y sus elaboraciones artesanales como dulces, arropes, manufactura de panadería, quesos, quesillos, conservas, artesanías y tejidos.



Con el desarrollo de este proyecto se formó una Comisión de Feriantes, quienes son los que tienen a cargo en forma conjunta con el Municipio y las otras organizaciones la organización de las ferias, también custodian y administran todos los bienes conseguidos, entre otras actividades. Para contar con un marco legal sobre el funcionamiento de esta feria se elevó al Concejo Deliberante un pedido de Ordenanza que regule esta actividad.

El 9 de mayo de 2019, en el Concejo Deliberante de la ciudad de Chamental, se aprueba la Ordenanza 349/19, que surge de la necesidad de establecer el régimen normativo que reglamente el funcionamiento e instalación de sistemas de comercialización denominados ferias en el ejido municipal, y que dicho régimen regule la comercialización en la vía pública de productos fruti-hortícolas, de granja y sus derivados artesanales de producción y manufactura local y regional.

Con el apoyo recibido por el Municipio, y las instituciones como el INTA y la Secretaría de Agricultura Familiar, se vio fortalecida la feria con equipamiento, régimen legal, control bromatológico, logística de instalación, entre otros avales, con la finalidad de mejorar esta actividad que realizan los productores, su inserción al mercado de consumo local, ofreciendo sus productos con identidad territorial.

## SITUACIONES DE PANDEMIA Y ACTUAL

Durante la pandemia no se realizaron las ferias, a pesar de que el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca ha desarrollado una serie de lineamientos de buenas prácticas preventivas, que contribuyan a brindar mayores garantías para el desarrollo de mercados de cercanía y ferias itinerantes, como alternativa para la provisión de alimentos seguros, evitando lugares cerrados, grandes aglomeraciones y que la población no deba trasladarse a distancias excesivas para la adquisición de los productos básicos.

Por las circunstancias de la pandemia de COVID-19 y considerando la situación colapsada a nivel sanitario a causa del aumento significativo de casos, no se autorizaron la puesta en marcha de las ferias en el departamento Chamental.

En este contexto sanitario desde el proyecto local "innovación en circuitos cortos de comercialización de productos locales" impulsado por el INTA se realizaron capacitaciones virtuales en torno a estrategias de venta digitales, encuestas a productores y consumidores sobre las bondades de los productos locales y promoción de estos en diferentes formatos.

De este modo con el propósito de brindar oportunidades para la comercialización las instituciones participantes lograron poner en valor varias alternativas para agilizar las ventas por Whatsapp con los clientes, servicio puerta a puerta, usar otras redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y crear una Tienda Digital en la plataforma

Chasqui. Esta condición podría aprovecharse para tener opciones menos riesgosas al momento de adquirir alimentos por parte de la población, siempre y cuando puedan tomarse medidas estrictas respecto a higiene y ordenamiento.

En la actualidad estas opciones de venta continúan aprovechándose debido a las facilidades y múltiples beneficios que permite al feriante darse a conocer, posicionarse en el mercado, generar clientes potenciales, impulsar las ventas y aumentar la presencia en la web. Promocionar el producto en los canales sociales es una forma de presentar ese contenido atractivo a muchas personas y hacer crecer la audiencia.

Las redes sociales brindan la oportunidad de interactuar con los clientes; en diferencia con los medios tradicionales, los canales únicamente ofrecen una comunicación unidireccional, mientras que las redes son calles en ambos sentidos.

Otra ventaja que aprovechan actualmente los productores es la publicidad, los anuncios en las redes sociales son una forma económica de promocionar el negocio y distribuir el contenido.

En el mes de marzo de este año nos hemos reunido una vez más en otra edición de la feria del productor al consumidor. Las oportunidades de comercialización por las redes sociales continúan aprovechándose, en beneficio para los productores que ampliaron sus ventas, entre otras ventajas.

## CONCLUSIÓN

Como metas futuras, la Feria trabaja para fortalecer la organización y cada espacio de venta, estimular la

producción de cada productor, con capacitaciones, proyectos, instalar un mercado local, entre otros incentivos. En el sector existe capacidad para reinventarse, poner en el centro el cuidado de la vida, las relaciones humanas y el cuidado de nuestra madre tierra, para estar en consonancia con las tendencias mundiales.

El actual auge de los circuitos cortos se enmarca asimismo en el fortalecimiento del llamado consumo alimentario ético, el cual busca generar cambios sociales, económicos o ambientales a partir de las decisiones individuales sobre qué, cómo y cuándo comprar.

Otra situación deseable es lograr que la comisión esté constituida legalmente, para tener mejores condiciones crediticias y lograr ser gestores de sus propias necesidades.

El valor de que perdure la feria, de trabajar con los circuitos cortos de comercialización, de poner en valor lo que los productores realizan, se relaciona con la ventaja de ahorrar el costo de intermediación y el acercamiento de entrar en diálogo entre productores y consumidores, para contribuir con la seguridad y soberanía alimentaria.

Sin dudas esta iniciativa se convierte en una alternativa tanto para los feriantes como los consumidores ya que existe una retribución para ambos: consumo justo e ingreso familiar.

La feria del productor al consumidor a lo largo de los 12 años se fue adaptando a las diferentes situaciones y apropiándose de algunas herramientas para la comercialización de sus productos y convirtiéndose en un espacio con identidad local. ☑