

# Asociación Argentina de Economía Agraria

Eje temático: Modelos organizacionales de la producción, estructura agraria y ruralidad.

**TITULO: Red de actores que acompañan los procesos de comercialización directa y construcción del precio justo para la AF.**

Fecha: 26 al 28 de octubre de 2022

Categoría: Comunicación B

**Piñeiro, Verónica<sup>11</sup>**

[veronica.pineiro@uns.edu.ar](mailto:veronica.pineiro@uns.edu.ar)

**Saldungaray, María Cecilia<sup>1</sup>**

[saldunga@uns.edu.ar](mailto:saldunga@uns.edu.ar)

**de la Fuente, Laura<sup>1</sup>**

[laura.delafuente@uns.edu.ar](mailto:laura.delafuente@uns.edu.ar)

**Palacios, Pablo<sup>22</sup>**

[pablo.palacios@inta.gob.ar](mailto:pablo.palacios@inta.gob.ar)

3

Autores: Comezaña, Micaela<sup>1</sup>, García, Pablo<sup>2</sup>, Cuchinelli, Ana Belén<sup>1,2</sup>, Orte, Tomás<sup>1,2</sup>, Galassi, Esteban Humberto<sup>1</sup>, Torres Carbonell, Carlos Alberto<sup>1,2</sup>, Belladonna, Damián Pablo<sup>1,2</sup>, Chimeno, Patricia<sup>1</sup>, Cuppari, Selva Yanet<sup>1</sup>, Scandroglio, Rocío Belén<sup>1</sup>, Criado, Florencia Muriel<sup>1</sup>, Balesi, Florencia<sup>1</sup>, Blanco, Josefina

---

<sup>1</sup> Dpto. Agronomía, Universidad Nacional del Sur (UNS)

<sup>2</sup> Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)  
a



# **Asociación Argentina de Economía Agraria**

## **TITULO: Red de actores que acompañan los procesos de comercialización directa y construcción del precio justo para la AF.**

Fecha: 26 al 28 de octubre de 2022

Categoría: Comunicación B

### **Resumen**

La colaboración entre actores del territorio contribuiría a alcanzar objetivos de sostenibilidad. Como ejemplo de estas colaboraciones encontramos experiencias asociativas para la comercialización de productos de la AF que se están desarrollando en la región de influencia de la Universidad Nacional del Sur. En estas experiencias se encuentran inmersos distintos actores del territorio y surge como una necesidad el desarrollo de una metodología sencilla para la estimación de un precio justo de comercialización de los productos de la AF. Mediante un proyecto de extensión universitaria una red interinstitucional de actores busca dar respuesta a este desafío desde distintos enfoques. El objetivo del proyecto posee dos dimensiones relevantes. Por un lado, realizar un mapeo de actores para poder comprender mejor las redes y relaciones de confianza que se generan en los diferentes territorios donde se intervendrá; y además colaborar con el establecimiento del precio de venta de los productos de la AF en el marco de lo que se denomina "precio justo". Como resultado, se espera contribuir a la seguridad y soberanía alimentaria a través del fortalecimiento de los sistemas de producción, distribución y comercialización de alimentos en el territorio, con énfasis en la cooperación, la equidad y la sostenibilidad.

### **Palabras clave**

AF – precio justo – circuitos cortos de comercialización – sostenibilidad – red de actores

### **Abstract**

Collaboration among stakeholders in the territory would contribute to achieving sustainability objectives. As an example of these collaborations, associative experiences for marketing family farming products are being developed in the region of influence of the Universidad Nacional del Sur. These experiences involve different stakeholders in the territory, and the development of a simple methodology for estimating a fair price for the marketing of family farming products is a need that has arisen. Through a university extension project, an inter-institutional network of actors seeks to respond to this challenge from different approaches. The objective of the project is twofold. On the one hand, map actors to understand better the networks and relationships of trust generated in the different territories where the project will intervene. On the other hand, to collaborate with establishing the selling price of family farming products within the framework of what is known as "fair price". The expected result of the project is to contribute to food

security and sovereignty by strengthening food production, distribution and marketing systems in the territory, emphasising cooperation, equity and sustainability.

### **Key words**

family farming - fair price - short circuits - sustainability - stakeholders' network

### **Eje temático**

Modelos organizacionales de la producción, estructura agraria y ruralidad.

### **Introducción**

En el marco de la economía social y solidaria pueden enmarcarse experiencias de colaboración entre distintos actores que promueven el desarrollo territorial sostenible (Picciotti, 2017, Carraciolo et al, 2018). Los principales objetivos de estas acciones llevadas a cabo por grupos de familias productoras, organizadas mediante iniciativas provenientes de instituciones del estado, son la producción de alimentos sanos, seguros y soberanos, la relación directa con los consumidores locales; el fortalecimiento de su economía; y la transmisión y creación de conocimientos.

Una manera de abordar el estudio de estas colaboraciones que se suceden en un territorio es a través de la teoría del actor-red (Cabrera, 2011). Mediante el estudio de esta red de actores del territorio es posible conocer las acciones y los objetivos del porque están en el mismo, sus perspectivas en un futuro inmediato, establecer estrategias de cambio para la realidad que se manifiesta, y comprender a la vez los roles que cada uno adquiere, así como el poder de los actores sociales más relevantes (de la Fuente et al, 2019).

Entendiendo como actores sociales a personas, grupos u organizaciones que tienen interés en un proyecto, programa o propuesta. Estos actores tienen algo que ganar o perder a partir de los resultados de una determinada intervención o la acción de otros actores (Tapella, 2007).

En este sentido, experiencias de comercialización de productos de la AF (AF) mediante circuitos cortos de comercialización se desarrollan actualmente en la región de influencia de la Universidad Nacional del Sur. Muchas de estas producciones se encuentran vinculadas a proyectos desarrollados por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) en vinculación con organismos públicos y privados de nivel nacional y regional.

En su mayoría, estas formas de comercialización se enmarcan en sistemas de producción que buscan alcanzar objetivos de sostenibilidad, la venta de los productos dentro de la localidad, y el desafío de determinar el precio de los alimentos a partir del concepto de comercio justo (Dragusanu et al., 2014), que tiene dentro de sus ejes la comercialización con un precio justo (Bronkhorst, 2018; FLO, 2016, Reinecke & Ansari, 2015).

Algunas de estas experiencias se vinculan a la producción de hortalizas en cercanías de centros de consumo. En este tipo de producciones, en su mayoría de carácter estacional, el precio de mercado se ve afectado por la sobre-oferta en épocas de producción. En los momentos de mayor oferta el precio suele caer a niveles que no cubren los costos variables de producción, perjudicando a los productores. En momentos de poca oferta, el precio suele elevarse considerablemente, en este caso los consumidores pagan un precio superior al costo total de ese producto, beneficiándose los productores más tecnificados que producen a contra estación o los productos que provienen de zonas lejanas.

En este marco, el conocimiento de los costos de producción y comercialización de los productos generados en la AF es de vital importancia para el productor y su familia.

Incluso, las metodologías existentes de cálculo de costos de la producción de sistemas agroindustriales no siempre conciben con la realidad de los productores de la AF (Bronkhorst, 2018). Por lo que, la comprensión de los procesos, la determinación del costo de los productos, y la estimación de una retribución que le permita vivir dignamente a la familia productora sería de suma importancia para la sostenibilidad de estos sistemas.

El establecimiento del precio de los productos comercializados en estos circuitos cortos es una problemática general entre los productores y asesores técnicos de los grupos. Es por ello que, mediante la vinculación de la universidad, el INTA, los municipios, los productores y los consumidores se pretende colaborar con el desarrollo de una metodología participativa que permita determinar estrategias para acordar el precio de venta de los productos de la AF. Un precio de venta que permita vivir dignamente al productor, que sea sostenible para los consumidores y que se independice de los vaivenes de precios ocasionados por las variaciones de la oferta y demanda.

Buscando responder a este desafío de la estimación de costos de la AF se generó una vinculación interinstitucional entre actores del territorio. A partir de esta articulación se propuso llevar a cabo un proyecto de extensión universitaria (PEU) que busca impulsar acuerdos multiactor para establecer el precio justo de los productos de la AF.

El proyecto pretende impactar en la comunidad a través de dos ejes. Por un lado, realizar un mapeo de la red de actores relacionados con la AF en el territorio y además colaborar con el establecimiento del precio de venta de los productos de la AF en el marco de lo que se denomina “precio justo”.

A mediados del año 2022 el proyecto fue presentado aprobado mediante resolución del Consejo Superior Universitario de la Universidad del Sur mediante la resolución N°388/22.

Las acciones del proyecto se dirigen a familias productoras frutihortícolas, apícolas y de granja de abastecimiento local en sistemas agroecológicos, en transición y convencionales, que comercializan a través de bolsones de alimentos (hortalizas, huevos, miel, y otros), y consumidores de las localidades de Bahía Blanca, Pedro Luro, Hilario Ascasubi, Mayor Buratovich, Juan Cousté y Médanos. Se encuentran en este grupo, tanto productores en situación de propietarios de tierra o con contratos de mediano plazo como productores de subsistencia con excedentes para comercializar.

Por el lado de los productores se estima que el proyecto impactará directamente en 30 familias y en los consumidores de los bolsones de alimentos que estas familias comercializan.

### **Objetivos**

El objetivo general del proyecto es contribuir a la seguridad y soberanía alimentaria a través del fortalecimiento de los sistemas de producción, distribución y comercialización de alimentos en el territorio, con énfasis en la cooperación, la equidad y la sostenibilidad.

Los objetivos específicos:

- Realizar un mapeo de actores para poder comprender mejor las redes y relaciones de confianza que se generan en los diferentes territorios donde se intervendrá con el PEU.
- Desarrollar mecanismos y estrategias que permitan obtener la información necesaria para definir el costo de producción de la AF. Insumo que va a ser utilizado en la toma de decisión al momento de definir el precio justo de los alimentos y los bolsones.

-Acordar una metodología, acorde a la población objetivo, de cálculo de costos que sea de utilidad para la AF.

-Ayudar a los productores alcanzados por el proyecto a determinar los costos totales de sus productos.

-Colaborar con la determinación del precio justo de los productos de la AF a través de acuerdos establecidos por todos los actores sociales del territorio involucrados.

-Fortalecer los circuitos cortos de comercialización entre productores y consumidores de la zona de influencia de la UNS.

### **Metodología,**

La metodología que se plantea es la generación de conocimientos, redes, y lazos de confianza entre los actores para abordar de forma conjunta y participativa un modelo de precio justo.

El punto de partida serán los productores que ya se encuentran trabajando en procesos organizacionales y vinculados a organismos públicos y organizaciones sociales. En una primera instancia se tomará contacto con los distintos actores a través de la vinculación con los técnicos de INTA. Se plantean para estos abordajes la utilización de metodologías tanto de carácter cualitativo como cuantitativo.

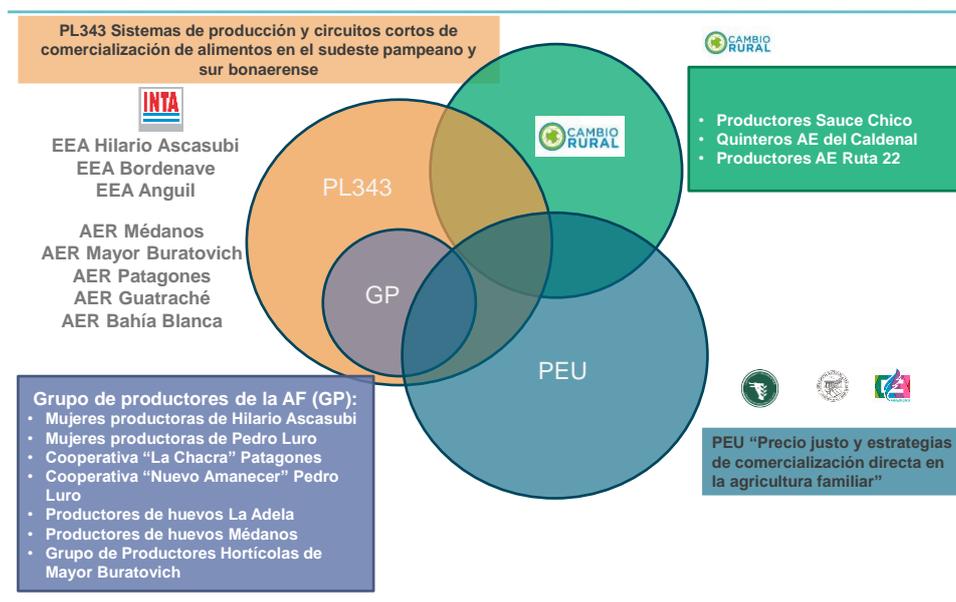
En cuanto a la metodología cualitativa se propone realizar entrevistas individuales y grupales a los productores de la AF que forman parte de los grupos alcanzados por el proyecto; a los asesores que acompañan a estos grupos; y a consumidores de estos productos. Con la información relevada se realizará un mapeo de actores para poder comprender mejor las redes y relaciones de confianza que se generan en los diferentes territorios donde se intervendrá con el PEU.

Los abordajes cuantitativos tendrán que ver con las determinaciones concretas sobre los costos de producción y precio justo de los productos para poder mejorar los aspectos económicos de las familias rurales.

### **Resultados esperados**

El primer gran resultado del proyecto es la vinculación entre distintos actores de la AF e instituciones del estado como el INTA y el departamento de Agronomía de la Universidad Nacional del Sur. La motivación para acordar una metodología participativa de los costos de producción de la AF propició la vinculación de diversos actores del territorio. En una primera instancia la vinculación se formalizó a través de un proyecto local liderado por técnicos de la Estación Experimental Hilario Ascasubi del INTA. Luego esta articulación se extendió a familias productoras vinculadas al programa Cambio Rural del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación y a la agencia de extensión Bahía Blanca del INTA Bordenave. En la figura 1 se observa la articulación entre organismos estatales, grupos de productores y proyectos institucionales para alcanzar los objetivos del PEU, que a su vez son objetivos y desafíos planteados por los mismos actores.

Figura 1. Grupos de productores, instituciones y organismos vinculados al Proyecto de Extensión Universitaria “Precio justo y estrategias de comercialización directa en la AF” y al Proyecto Local “PL343 Sistemas de producción y circuitos cortos de comercialización de alimentos en el sudeste pampeano y sur bonaerense”.



A partir de la aprobación del PEU se han realizado avances en las primeras etapas proyectadas. Entre estos avances se encuentran las entrevistas a referentes calificados, el relevamiento de metodologías de costeo tradicionales y aplicadas a la AF y al comercio justo, y primeras visitas de contacto con los productores que colaboran en estos grupos.

En la Tabla 1, se enumeran las actividades programadas en el PEU y los resultados esperados de las mismas. Estas actividades de

Desde el inicio del proyecto se crearán redes sociales donde se compartirán las actividades realizadas. Estas redes se utilizarán para convocar a los actores interesados y para difusión. Se completará la difusión en medios digitales de la Universidad y organizaciones participantes. Durante la duración del proyecto y luego de su finalización se utilizarán las redes creadas para promocionar y difundir los productos de la AF.

Tabla 1 – Actividades y resultados esperados

| Actividad   | Resultados esperados / objetivo de la actividad  |
|---|--|
| Propuesta inicial de clasificación de los actores.  | Este primer paso busca como resultado definir las instituciones, grupos e individuos que formaran parte del proyecto. En esta etapa se identifican los actores con los que se vinculará el proyecto y el tipo de relaciones que se establecerá.  |
| Reunión con asesores de grupos de productores de la AF vinculados a INTA                                      | Esta actividad tiene como principal objetivo recabar información a través de entrevistas con informantes calificados acerca de cómo se están determinando los costos en sus grupos, como estiman el precio de venta de los “Bolsones de la AF”, cuáles son las necesidades que detectan en cuanto al establecimiento del precio de venta, y que opciones plantean para determinarlo. |
| Reunión con productores de la AF  | El objetivo es relevar si los agricultores están determinando sus costos de producción y comercialización. En el caso de realizarlo de qué manera lo hacen. Si no lo determinan comprender por qué y relevar las principales dificultades y obstáculos. También consultarles acerca de cómo consideran se debería determinar el precio justo de sus productos.                       |
| Reunión con grupos y/o asociaciones de consumidores   | El objetivo es conversar con las asociaciones y grupos de consumidores para socializar ideas acerca de cómo consideran se debería estimar el precio justo de los productos de la AF.   |
| Análisis de los actores y confección del mapa de actores  | Con los datos relevados y las visitas al territorio se elaborará un mapa los actores focalizándose en su posición respecto a la propuesta y nivel de poder.  |
| Propuestas de mecanismos de determinación del precio Justo de los productos de la AF                          | Organización y sistematización de propuestas. Socialización con los distintos actores de las propuestas relevadas. / Elección de una o varias metodologías en base a los resultados del inciso anterior. Elección de casos para probar las metodologías de determinación del precio Justo  |
| Socialización de los resultados y ajustes de la metodología. Determinación del precio justo de los productos. | Reuniones de presentación y discusión de los resultados obtenidos. Ajuste de la metodología. Acompañamiento y apoyo a los productores y a los grupos para la determinación del precio justo de los productos   |

## **Bibliografía**

Bronkhorst, R. (2018). Fair Prices to Achieve a Living Income for Small Farmers and Its Relation to Local Food Purchase Programs. *Sociology and Anthropology* 6(11): 833-839, 2018 DOI: 10.13189/sa.2018.061103

Cabrera, J. E. (2011). Pensar e intervenir el territorio a través de la Teoría del Actor-Red. *Athenea Digital*, 217-223.

Caracciolo Mercedes (Coordinadora), Costagliola Gabriela, Fernández Miranda Rodrigo, Lipsich Alejandro, Perret Marina, (2018) Economía Social y Solidaria en un escenario neoliberal: algunos retos y perspectivas. Disponible en: <https://jesuitas.lat/redes-sociales/documentos/cpal-social/economia-social-y-solidaria-en-un-escenario-neoliberal-algunos-retos-y-perspectivas>

de la Fuente, L., Larranaga, G., & Hang, G. M. (2019). El accionar del Estado en la construcción de mercados hortícolas no formales de la AF como estrategia de comercialización y desarrollo local. *Brazilian Journal of Development*, 5(10), 21847-21862.

Dragusanu, R., Giovannucci, D., & Nunn, N. (2014). The economics of fair trade. *Journal of economic perspectives*, 28(3), 217-36.

FLO (2016) Fair trade theory of change. [https://files.fairtrade.net/publications/2016\\_FairtradeTheoryOfChange.pdf](https://files.fairtrade.net/publications/2016_FairtradeTheoryOfChange.pdf)

Reinecke, J., & Ansari, S. (2015). What is a “fair” price? Ethics as sensemaking. *Organization Science*, 26(3), 867-888.

Tapella, E. (2007) El mapeo de actores claves, documento de trabajo del proyecto” Efectos de la biodiversidad funcional sobre procesos ecosistémicos y sustentabilidad en las Américas: un abordaje interdisciplinario” Universidad Nacional de Córdoba, Inter-American Institute for Global Change Research(IAI)