

Agroecología y comercialización alternativa en los cinturones hortícolas de Argentina: caracterización del modelo y sus desafíos de consolidación.

Agroecology and alternative marketing in Argentina's horticultural belts: characterization of the model and its consolidation challenges. Matías García.

Población & Sociedad [en línea], ISSN 1852-8562, Vol. 33 (1), 2026, pp. 1-36.

DOI: <http://dx.doi.org/10.19137/pys-2026-330103>. Puesto en línea en junio de 2026.

Esta obra se publica bajo licencia Creative Commons Atribución - No Comercial CC BY-NC-SA, que permite copiar, reproducir, distribuir, comunicar públicamente la obra y generar obras derivadas, siempre y cuando se cite y reconozca al autor original. No se permite, sin embargo, utilizar la obra con fines comerciales.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Contacto

poblacionysociedad@humanas.unlpam.edu.ar

<https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/pys/index>

**Población
& Sociedad**
revista de estudios sociales

Agroecología y comercialización alternativa en los cinturones hortícolas de Argentina: caracterización del modelo y sus desafíos de consolidación

Agroecology and alternative marketing in Argentina's horticultural belts: characterization of the model and its consolidation challenges

Matías García 

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Universidad Nacional de La Plata, Universidad Nacional Arturo Jauretche, Argentina.
garciamatias@agro.unlp.edu.ar

Resumen

Este estudio caracteriza los establecimientos hortícolas alternativos —que combinan producción agroecológica, comercialización corta y criterios éticos— en cinco regiones de Argentina. Mediante 397 encuestas, se identifica que representan el 5,8% del total, con mayor superficie, diversidad de cultivos e inserción organizativa que los convencionales. Su perfil comercial es híbrido: combina canales alternativos y convencionales como estrategia de resiliencia. La densidad organizativa y la centralidad de las mujeres en la toma de decisiones emergen como rasgos constitutivos del modelo.

Palabras clave: agroecología; comercialización alternativa; horticultura periurbana; agricultura familiar; circuitos cortos

Abstract

This study characterizes alternative horticultural establishments —combining agroecological production, short supply chains and ethical criteria— across five Argentine regions. Based on 397 surveys, they are found to represent 5.8% of the total, with larger area, greater crop diversity and higher organizational involvement than conventional ones. Their commercial profile is hybrid: they combine alternative and conventional channels as a resilience strategy. Organizational density and the central role of women in decision-making emerge as constitutive features of the model.

Keywords: agroecology; alternative marketing; peri-urban horticulture; family farming; short circuits

Introducción

Durante las últimas décadas, los debates en torno al modelo agrícola dominante han impulsado la emergencia de enfoques alternativos que

cuestionan las formas de producción intensiva, dependientes de insumos externos y generadoras de impactos negativos sobre el ambiente, la salud humana y la estructura social del sector agropecuario. En este contexto, la agroecología ha adquirido reconocimiento como una propuesta integral que articula dimensiones técnicas, ecológicas, sociales y políticas, estrechamente vinculada con los principios de la soberanía alimentaria.

No obstante, pese a su expansión discursiva e institucional, la agroecología en Argentina enfrenta importantes desafíos para su delimitación conceptual y su caracterización empírica. Persisten dificultades para distinguir entre prácticas plenamente agroecológicas y aquellas que sólo incorporan algunos de sus componentes; coexisten modalidades productivas mixtas y existe ambigüedad respecto de los criterios que permiten definir un establecimiento como agroecológico. A ello se suma la escasez de relevamientos cuantitativos recientes y confiables que den cuenta de la magnitud, diversidad y características de estas experiencias.

Una situación similar se observa en el terreno de la comercialización. La diferenciación entre canales largos de comercialización, canales cortos de comercialización y canales alternativos de comercialización no siempre resulta clara ni uniforme. En particular, la utilización de canales cortos por parte de productores convencionales introduce nuevos interrogantes sobre la categorización de esa combinación de estrategias productivas y de venta. Cuando los límites empíricos de estos conceptos se vuelven difusos, también lo hacen sus posibilidades de caracterización analítica y de diseño de políticas de promoción o escalamiento. El tema adquiere especial relevancia cuando se advierte que el escalamiento de la producción agroecológica y el de las formas alternativas de comercialización no son procesos autónomos, sino interdependientes.

Este trabajo aporta evidencia empírica sobre establecimientos hortícolas que adoptan prácticas productivas y comerciales alternativas en cinco regiones clave de la horticultura argentina: La Plata, Mar del Plata, Córdoba, Rosario y Luján/Gral. Rodríguez. La pregunta que orienta el análisis es: ¿cuáles son las características productivas, comerciales y organizativas de los establecimientos hortícolas que combinan producción agroecológica con comercialización alternativa en estos cinturones hortícolas, y en qué medida constituyen una alternativa diferenciable del modelo convencional? Para responderla, el artículo describe y caracteriza estos establecimientos, analiza sus estrategias de producción y comercialización, sus formas de organización social y las compara con las del modelo convencional. Asimismo, ofrece elementos para discutir los alcances y límites de la transición agroecológica y de los canales cortos de comercialización, buscando comprender en qué medida estas experiencias constituyen parte de un modelo alternativo más amplio.

El estudio persigue dos objetivos analíticos centrales: i) caracterizar los establecimientos alternativos (EH-AK) según sus prácticas productivas, estrategias comerciales y formas de organización social; y ii) contrastarlos con los establecimientos convencionales (EH-C), identificando diferencias en escala, estructura productiva, vínculos organizativos y dinámicas de género. Como actividad de contextualización previa a ese análisis, el trabajo también estima la relevancia cuantitativa aproximada de los EH-AK en cada región –en términos de número de establecimientos y superficie– con el fin de dimensionar el fenómeno estudiado y justificar su relevancia en el conjunto del sector hortícola.

Para alcanzar estos objetivos, entre 2022 y 2023 se realizaron 397 encuestas a productores hortícolas de las cinco regiones. El formulario utilizado incluyó tres instrumentos complementarios: un cuestionario sociodemográfico del productor y su familia, uno técnico-productivo sobre la explotación hortícola y un módulo específico sobre prácticas agroecológicas. A partir de esta información se sistematizaron variables relevantes y se construyó una tipología analítica que distingue modelos de producción (convencional y agroecológico) y de comercialización (canales largos y cortos), para finalmente delimitar los establecimientos alternativos, de producción agroecológica y comercialización corta.

Finalmente, el artículo se organiza de la siguiente manera: tras el marco teórico que orienta el análisis, la descripción del diseño metodológico y los criterios utilizados para construir la tipología de establecimientos, se examina la presencia territorial de los establecimientos hortícolas alternativos en las cinco regiones estudiadas. Posteriormente, se desarrolla su caracterización integral, abarcando sus dimensiones generales, productivas y comerciales. El estudio concluye con una discusión sobre las implicancias de los resultados para las políticas públicas de promoción de la agroecología y los circuitos alternativos, así como con la identificación de líneas de investigación futuras que permitan profundizar el estudio de los procesos de transición hacia modelos productivos y comerciales más sostenibles y justos.

Marco teórico

Enfoque agroecológico

La agroecología se ha consolidado internacionalmente como un enfoque que integra dimensiones ecológicas, productivas, sociales y políticas, y propone una reorientación estructural de los sistemas alimentarios. Desde la perspectiva clásica, Eduardo Sevilla Guzmán (2006) y Miguel Altieri (2018) –con énfasis complementarios: el primero sobre las dimensiones sociales, campesinas y políticas; el segundo sobre los fundamentos técnicos de la

disciplina— definen la agroecología como ciencia, práctica y movimiento social. Además, subrayan su capacidad para articular conocimientos campesinos, principios ecológicos y procesos organizativos orientados a fortalecer la autonomía de los productores.

La literatura reciente coincide en que la agroecología no se limita a un conjunto de prácticas o técnicas, sino que supone transformaciones profundas a nivel de todo el sistema alimentario que incluyen la forma de producir, gestionar y distribuir alimentos (Wezel et al., 2009). En América Latina, este enfoque adquiere especificidades vinculadas a desigualdades históricas, dinámicas de migración, dependencia tecnológica y procesos de organización colectiva, lo que otorga a la agroecología un carácter necesariamente contextualizado y situado.

El auge de las organizaciones de pequeños productores en áreas periurbanas de Argentina se consolidó principalmente desde la segunda década de los años 2000. Estas organizaciones han adoptado la agroecología no solo como modelo productivo, sino también como estrategia política y social (García, 2021). Sin embargo, existe una importante distancia entre el plano estructural (por ejemplo, organizaciones que promueven esta modalidad productiva alternativa) y las prácticas concretas de los productores en sus establecimientos, evidenciándose situaciones intermedias y procesos graduales de transición.

La transición agroecológica como proceso socio-productivo

El pasaje desde modelos convencionales hacia prácticas agroecológicas se conceptualiza como un proceso gradual, dinámico y no lineal. El ecólogo Stephen Gliessman (2015) es reconocido por proponer un marco de cinco niveles (o etapas) para la transición agroecológica: desde un cambio mínimo en la agricultura convencional hasta una transformación completa del sistema alimentario. De modo complementario, Alexander Wezel et al. (2020) enfatizan que la transición implica cambios simultáneos en las tecnologías, las prácticas, las relaciones sociales y las instituciones.

La literatura sobre transiciones sociotécnicas (Bellon y Ollivier, 2018) y sobre la agricultura campesina como forma de resistencia y reconfiguración (van der Ploeg, 2010, 2015) destaca que las transformaciones agroecológicas se ven fuertemente condicionadas por la disponibilidad de recursos, los marcos normativos, las redes organizativas y las oportunidades de comercialización. Estas condiciones estructuran trayectorias heterogéneas, en las que coexisten prácticas convencionales y agroecológicas, dando lugar a procesos mixtos de transición.

En el caso de la horticultura periurbana, estos procesos se encuentran atravesados por tensiones sobre el uso del suelo, el acceso a la infraestructura,

la volatilidad de los precios y la presión por abastecer mercados urbanos, lo que complejiza aún más las trayectorias productivas de los actores.

Definición operativa de establecimiento agroecológico (EH-A)

La modalidad de producción definida como convencional (C) se caracteriza por prácticas intensivas, dependencia de insumos externos y orientación al mercado tradicional. Por otra parte, la modalidad agroecológica (A) es aquella asociada a prácticas sustentables, diversidad de cultivos, bajo uso de insumos externos. Ahora bien, la delimitación de qué constituye un establecimiento agroecológico (EH-A) representa uno de los desafíos metodológicos centrales en el estudio de las transiciones productivas. Este trabajo asume un criterio pragmático para definir un establecimiento agroecológico (EH-A). Se considera EH-A a todo establecimiento cuyo productor, en respuesta a la pregunta del cuestionario —"¿Realiza prácticas o lleva a cabo producción agroecológica a campo o bajo cubierta?"—, responde afirmativamente, incluso si se encuentra en transición o combina prácticas agroecológicas con convencionales. La autoidentificación es complementada con la información sobre prácticas productivas declaradas en el módulo específico del cuestionario agroecológico. Este criterio reconoce que la agroecología no es una condición estática ni binaria (agroecológico/no agroecológico), sino un *continuum* de prácticas con diferentes grados de adopción (Gliessman, 2015; Marasas et al., 2015). La literatura reciente ha propuesto marcos más estrictos de demarcación que incorporan indicadores negativos o "líneas rojas" para identificar lo que no puede considerarse agroecológico (Moeller et al., 2023); el desarrollo de ese tipo de criterios en el contexto hortícola argentino constituye una línea de investigación futura de relevancia, aunque excede los alcances de este estudio exploratorio.

Agroecología, género y participación de las mujeres

La relación entre agroecología y género ha sido objeto de un creciente cuerpo de literatura que destaca la centralidad de las mujeres en los procesos de transición agroecológica en América Latina. Desde la perspectiva de La Vía Campesina ¹(2009), la agroecología no es solo una técnica productiva sino un proyecto político que cuestiona relaciones de dominación —que incluyen las patriarcales— y propone una reorganización del trabajo, el conocimiento y el poder en los sistemas alimentarios.

Emma Siliprandi y Gloria Zuluaga (2014) documentan que las mujeres campesinas y productoras han sido protagonistas históricas de la preservación de la agrobiodiversidad, la transmisión de saberes y la gestión de los espacios domésticos y peridomésticos que sostienen la diversidad productiva. Al mismo tiempo, señalan que esa contribución ha sido

sistemáticamente invisibilizada tanto en los sistemas de propiedad y titularidad formal como en los espacios de toma de decisiones.

La evidencia reciente sobre experiencias agroecológicas en Argentina y Brasil (Costa et al., 2025) muestra un creciente protagonismo de las mujeres en la organización productiva, la defensa del territorio y las estrategias de economía solidaria, lo que sugiere que en estos espacios los procesos de transformación productiva tienden a articularse con disputas y reconfiguraciones de las relaciones de género.

Modelos de comercialización: canales largos, cortos y alternativos

La literatura internacional sobre sistemas agroalimentarios ha desarrollado ampliamente la noción de *Short Food Supply Chains* o canales cortos de comercialización (Marsden et al., 2000; Renting et al., 2003). Estos circuitos se caracterizan por la reducción de intermediarios, la proximidad territorial y la construcción de relaciones basadas en la confianza, la trazabilidad y la identificación social entre productores y consumidores (Hinrichs, 2000).

En paralelo, la perspectiva de las *Alternative Food Networks* (Goodman et al., 2012) destaca la diversificación de iniciativas –ferias, bolsones, mercados cooperativos, grupos de consumo y ventas directas en quinta– que buscan reorganizar los flujos alimentarios en torno a criterios éticos, ambientales o de justicia social.

La evidencia internacional muestra que la diversificación productiva característica de la agroecología se articula de manera estrecha con estos canales, que requieren volúmenes menores, mayor diversidad estacional y relaciones más flexibles de intercambio (Renting et al., 2003; Sage, 2003). Al mismo tiempo, numerosos estudios señalan la persistencia de tensiones: limitaciones de escala, dificultades logísticas, dependencia del trabajo familiar y coexistencia con mercados convencionales como canal residual (Sonnino y Marsden, 2006).

Por su parte, un artículo de Sébastien Bainville et al. (2025) destaca que la agroecología demanda mucho más trabajo que los sistemas convencionales y que, dado que ese esfuerzo no se compensa en los mercados tradicionales, solo resulta económicamente viable cuando los productores acceden a precios superiores mediante transformación propia y canales cortos de venta, que permiten capturar el valor diferencial generado.

De esta manera, la relación entre agroecología y canales cortos es evidente, aunque no es esta la única vía de comercialización posible.

La distinción entre canales largos y cortos resulta fundamental para analizar las estrategias comerciales de los establecimientos hortícolas. Mientras que los canales largos (L) se caracterizan por la presencia de múltiples intermediarios, la venta en mercados mayoristas y la consignación,

los canales cortos (K) se definen por la venta directa entre quienes producen y aquellos que consumen o, como máximo, la participación de un intermediario, como ferias, bolsones o mercados de cercanía.

La complejidad analítica surge al determinar qué debe entenderse por estrategia comercial “alternativa”. El solo hecho de vender mediante un canal corto no garantiza que la transacción sea alternativa en términos sociopolíticos. En muchos casos, quienes producen de forma convencional utilizan ferias o ventas en quinta sin modificar sus prácticas productivas ni sus lógicas de intercambio. Esta combinación de modalidades es frecuente: diversos estudios muestran que las iniciativas de comercialización alternativa suelen articular diferentes modalidades de abastecimiento y distribución de manera simultánea (Centro de Estudios Andaluces, 2012).

Por ello, este trabajo propone distinguir entre canales cortos y canales alternativos, conceptos que en la literatura reciente suelen presentarse estrechamente asociados y, en algunos casos, utilizarse de manera indistinta —como muestran algunas revisiones sistemáticas que analizan ambos enfoques de manera integrada (Gori y Castellini, 2023)—, aunque remiten a dimensiones analíticas diferentes. Los canales cortos se definen por su estructura logística: pocos o ningún intermediario entre productor/a y consumidor/a.² En cambio, los canales alternativos incorporan una dimensión ética y política: prácticas agroecológicas, relaciones económicas transparentes, criterios de comercio justo y un vínculo más estrecho entre producción, territorio y consumo (Craviotti et al., 2024). La Tabla 1 sintetiza esta distinción conceptual.

Tabla 1. Diferencias entre canales de comercialización largos, cortos y alternativos

Tipo de canal	Criterio principal	Relación productores-consumidores	Carácter transformador
Canal largo (L)	Distancia + intermediarios múltiples	Indirecta, mediada por el mercado	No
Canal corto (K)	Pocos o ningún intermediario	Directa o semidirecta	Puede ser convencional o alternativo
Canal alternativo (A')	Dimensión ética, política y ambiental	Directa, con principios de comercio justo y producción agroecológica	Sí

Fuente: elaboración propia en base a Craviotti et al. (2024).

Finalmente, se define como Establecimiento Alternativo (EH-AK) a aquellos que integran:

- Producción agroecológica (EH-A)
- Comercialización a través de circuitos cortos (EH-K)
- Criterios éticos (comercio justo con pequeños productores, participa en al menos una modalidad organizativa ética)

Esta definición permite distinguir analíticamente entre distintas combinaciones de prácticas productivas y comerciales, identificando aquellas experiencias que efectivamente construyen alternativas integrales al modelo convencional.

Metodología

La investigación se basó en una encuesta de establecimientos hortícolas en los principales cinturones hortícolas del país: Cinturón Hortícola Bonaerense (tomándose dos regiones: La Plata y Gral. Rodríguez/Luján), Cinturón de Gral. Pueyrredón, Rosario y Córdoba durante el año 2022 y parte de 2023. Cada encuesta contó con: a) Cuestionario de la explotación hortícola y, de corresponder, Cuestionario Agroecológico. El primer instrumento abordó aspectos referidos a la estructura agraria, tenencia de la tierra, estrategias productivas, tecnología, organización laboral y comercialización. Y el segundo acerca de las motivaciones, prácticas y características de la producción agroecológica.

Este estudio adoptó un diseño exploratorio-descriptivo de casos múltiples. Dado que no existen censos ni registros completos de establecimientos agroecológicos con comercialización alternativa en Argentina, resultaba inviable construir un marco muestral probabilístico que permitiera inferencias estadísticas al universo de productores hortícolas. En consecuencia, se optó por un muestreo intencional estratificado que priorizó: i) la representación de las principales zonas de producción dentro de cada región; ii) la inclusión deliberada de establecimientos no pertenecientes a organizaciones de productores, para evitar el sesgo asociativo; y iii) la diversidad de escalas productivas y sistemas de cultivo (a campo y bajo cubierta). Por tanto, los hallazgos de este estudio deben comprenderse como una primera aproximación sistemática que identifica patrones, describe experiencias y genera hipótesis que sienta las bases para investigaciones confirmatorias futuras con diseños probabilísticos.

De manera sistemática, se llevó a cabo un relevamiento que encuestó 397 establecimientos hortícolas distribuidos en diferentes áreas productivas de cada región bajo estudio. El tamaño muestral se definió considerando criterios de saturación teórica y factibilidad operativa más que de representatividad estadística. Se buscó alcanzar un número de casos suficiente para capturar la diversidad interna de cada región que asegurase la inclusión de diferentes zonas productivas, escalas y modalidades de comercialización. Los números

acordados con informantes clave fueron: La Plata (200 casos propuestos, 165 realizados), Mar del Plata (100/86), Córdoba (70/60), Rosario (50/36) y Gral. Rodríguez/Luján (50/50). El relevamiento de 397 establecimientos responde a una doble necesidad. Por un lado, permitió contextualizar la proporción que representan los EH-AK dentro del conjunto del sector hortícola: ese dato cuantitativo no es accesorio, sino uno de los aportes del estudio. Por otro lado, habilitó la comparación estadístico-descriptiva entre EH-AK y EH-C, que constituye el núcleo analítico del trabajo. Un diseño de muestra intencional orientado exclusivamente a localizar establecimientos alternativos habría impedido establecer ese punto de referencia comparativo.

Para su reparto en cada territorio se situaron previamente en el mapa las diferentes subzonas donde se concentra la actividad, estableciéndose un porcentaje de encuestas en cada una de ellas. La selección de quintas dentro de cada subzona buscó evitar sesgos, para lo cual se procedió a la distribución espacial de las mismas, la no elección de quintas en el marco de una misma propiedad y/o lindera, como así también se priorizó aquellos establecimientos no pertenecientes a organizaciones de productores.³ Así, el relevamiento realizado de los establecimientos se ajustó adecuadamente a su distribución entre y dentro de los segmentos de cada territorio.

Las características de los establecimientos y familias hortícolas relevadas en el estudio coinciden con lo documentado en la literatura especializada (Bocero y Prado, 2008; Benencia et al., 2022; Giobellina et al., 2022; Mondino et al., 2022; González Maraschio et al., 2023). Esta consistencia permite afirmar que la muestra de la investigación es representativa de los pequeños establecimientos hortícolas, que a su vez constituyen el tipo predominante en los periurbanos productivos de las cinco regiones estudiadas.

Del relevamiento realizado se extrajeron variables relacionadas con las estrategias alternativas de producción y comercialización, con el fin de analizarlas y contrastarlas con las del modelo convencional. Entre las variables principales se incluyeron: número de establecimientos, superficie total y hortícola (desagregada en *a campo* y *bajo cubierta*), diversidad de cultivos, características de los canales de comercialización, nacionalidad del productor —variable relevante en virtud de la documentada centralidad de las trayectorias migratorias bolivianas en la configuración de las estrategias productivas de la horticultura periurbana argentina (Benencia et al., 2022)—, pertenencia a organizaciones, y motivaciones y prácticas agroecológicas..

Con el fin de analizar comparativamente los distintos tipos de establecimientos hortícolas en función de sus estrategias productivas y comerciales, se construyó una tipología combinada a partir de dos dimensiones analíticas: (i) la modalidad de producción y (ii) la modalidad de comercialización.

En la primera dimensión, se distingue entre producción agroecológica (EH-A) y producción convencional (EH-C), de acuerdo con la autoidentificación del productor y las prácticas declaradas en los cuestionarios. En la segunda, se diferencia entre canales largos (L) – aquellos que involucran intermediarios y comercialización en mercados tradicionales – y canales cortos (K), definidos como modalidades de venta directa o con un máximo de un intermediario (ferias, bolsones, puntos de venta asociados, etc.). Finalmente, la combinación de EH-A y K con criterios éticos posibilita llegar a los establecimientos de producción y comercialización alternativos: EH-AK.

La combinación de estas dimensiones permite identificar cuatro tipos de establecimientos:

- EH-AL: Agroecológicos que comercializan por canales largos
- EH-AK: Agroecológicos que comercializan por canales cortos
- EH-CL: Convencionales que comercializan por canales largos
- EH-CK: Convencionales que comercializan por canales cortos

Modalidad de producción	Canal largo (L)	Canal corto (K)
Convencional (C)	EH-CL	EH-CK
Agroecológica (A)	EH-AL	EH-AK

Cabe aclarar que la condición de establecimiento alternativo (EH-AK) se considera aun en los casos en que no toda la producción se lleva a cabo en forma agroecológica y/o no todo se comercializa por canales cortos.

Finalmente, se considerará EH-AK a los establecimientos cuyo canal corto incorpore criterios éticos. La operacionalización del "criterio ético" combina la declaración del productor con evidencia observable.

Paso 1: pregunta filtro "*¿Considera que su principal canal de venta opera bajo principios de comercio justo, solidaridad económica o relaciones alternativas al mercado convencional?*" (Sí/No).

Paso 2: Validación mediante indicadores (al menos 3 de estos 5 indicadores):

1. Pertenece a organización con principios explícitos sobre comercio justo;
2. Existe acuerdo sobre precios mínimos garantizados o conoce los precios de venta;
3. El canal prioriza producción agroecológica;
4. Participa en espacios colectivos de decisión sobre el canal;
5. Recibe beneficios no monetarios del canal (capacitación, insumos, visibilización).

Criterio de validación: Auto-adscripción + ≥ 3 indicadores \rightarrow EH-AK (alternativo)

Esta clasificación facilita la comparación entre estrategias productivas y comerciales, lo cual permite analizar estos establecimientos denominados alternativos (EH-AK) y su comparación con establecimientos convencionales, ya sea por su estrategia productiva (C), comercial (L) o sus combinaciones. La separación entre dimensión productiva y dimensión comercial como ejes analíticos independientes es metodológicamente deliberada: posibilita demostrar empíricamente la asociación entre prácticas agroecológicas y canales alternativos en lugar de postularla por definición, lo que dota de mayor robustez a las inferencias del estudio. Si el canal de comercialización fuera parte constitutiva de la definición de establecimiento agroecológico, sería imposible identificar —y caracterizar— el subgrupo de productores agroecológicos que comercializan por canales largos (EH-AL), cuya existencia es en sí misma un hallazgo relevante.

Para estimar la relevancia de los establecimientos alternativos en cada región analizada, se identificaron los principales indicadores productivos (número de establecimientos y superficie hortícola) con el fin de dimensionar la significancia relativa de los establecimientos con producción agroecológica, comercialización corta y uso de criterios éticos (EH-AK). A continuación, se aplicó un procedimiento de proyección simple: el porcentaje de EH-AK identificado en la muestra se proyectó sobre el universo estimado de establecimientos hortícolas de cada región, construido a partir de fuentes secundarias (censos, estudios satelitales y relevamientos previos). Dado el carácter no probabilístico del muestreo, estas proyecciones tienen un valor estrictamente indicativo: permiten dimensionar el orden de magnitud del fenómeno, pero no constituyen estimaciones estadísticamente rigurosas ni admiten la asignación de márgenes de error formales.

Para la caracterización de los Establecimientos Hortícolas Alternativos (EH-AK) y su contraste con los convencionales (EH-C), es necesario considerar dos limitaciones metodológicas principales. En primer lugar, el reducido número de casos por región restringe el análisis estadístico comparativo y la identificación de patrones territoriales consistentes; estodificulta la construcción de tipologías regionales robustas. En segundo término, la marcada heterogeneidad interna de los EH-AK —en escala productiva, estrategias comerciales, grado de transición agroecológica y formas organizativas— impide realizar inferencias sólidas para cada territorio de manera aislada. Frente a dichas restricciones, se optó por una caracterización conjunta de los EH-AK que priorice un análisis descriptivo y comparativo a nivel agregado. El tratamiento de la información combinó, en consecuencia, técnicas cuantitativas descriptivas (cálculo de frecuencias,

medidas de tendencia central y comparación de medias) con la interpretación cualitativa de patrones emergentes.

Para el proceso de revisión del manuscrito se emplearon herramientas de inteligencia artificial (Claude y Deepseek) con el propósito de mejorar la redacción y la claridad expositiva, así como para recibir observaciones críticas vinculadas con la coherencia interna, la estructura argumental y la organización general del texto. Todas las decisiones sustantivas, analíticas e interpretativas continúan siendo responsabilidad exclusiva del autor.

Establecimientos Hortícolas Alternativos (EH-AK) en las regiones analizadas

Panorama general

En base a una consulta no muy estricta (*“Indique si realiza prácticas o lleva a cabo producción agroecológica a campo o bajo cubierta”*), se detectaron en las 5 regiones bajo estudio un total de 52 casos en donde el productor/a afirma que realiza prácticas agroecológicas en los establecimientos hortícolas (EH) encuestados. Esto representa en el universo de la muestra (397 casos) un 13% del total (Ver Tabla 2).

Presumiendo que estas prácticas se asocian a la pequeña producción, dicha cifra estaría más cercana a un máximo esperable antes que a un mínimo, dado el sesgo del relevamiento hacia la pequeña horticultura con el que cuenta el presente trabajo.

Según el último Censo Nacional Agropecuario del 2018 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2021), en el país existen 2.309 Explotaciones Agropecuarias Agroecológicas, lo que representa un 0,92% del total nacional. En contraste, la proporción de Establecimientos Hortícolas Agroecológicos (EH-A) identificados en este estudio es del 13%, una incidencia catorce veces superior al promedio nacional. Esta brecha evidencia la relevancia particular del sector hortícola en el panorama agroecológico argentino.

El análisis de las modalidades de venta consideró la distinción entre canales convencionales o largos (L) y canales cortos de comercialización (K), a fin de identificar diferencias en las estrategias comerciales de los establecimientos.

En ese sentido, se registraron 60 establecimientos que incorporaban canales cortos de comercialización —ferias, bolsones y otras modalidades de venta directa— para colocar total o parcialmente su producción (Ver Tabla 2). Esto representa un 15,1 % del total, pudiéndose adelantar con este dato que una fracción de EH que comercializan por canales cortos lo hacen con hortalizas producidas en forma convencional.

Finalmente, se identificaron los establecimientos que combinan la producción agroecológica con la comercialización en canales cortos y con criterios éticos, los cuales conforman el grupo que denominamos establecimientos alternativos (EH-AK). En total, se registraron 23 casos que, de manera total o parcial, cumplen con estas condiciones (ver Tabla 2). Estos establecimientos integran prácticas productivas respetuosas del ambiente –como la agroecología o la producción orgánica– con modalidades de comercialización basadas en principios éticos y de comercio justo, vinculadas al acortamiento de la cadena. En conjunto, los EH-AK representan el 5,8% del total de la muestra.

Tabla 2. Establecimientos hortícolas según producción agroecológica o no, comercialización en canales cortos o no, y combinación de modalidades alternativas de producción y comercialización

		EH-A			EH-K			EH-AK (= EH-A & K)		
		Sí	No	Total	Sí	No	Total	Sí	No	Total
La Plata	Recuento	11	154	165	11	154	165	4	161	165
	%	6,5%	93,5%		6,7%	93,3%		2,4%	97,6%	
Mar del Plata	Recuento	19	67	86	6	80	86	6	80	86
	%	22,1%	77,9%		7,0%	93,0%		7,0%	93,0%	
Córdoba	Recuento	11	49	60	13	47	60	4	56	60
	%	18,3%	81,7%		21,7%	78,3%		6,7%	93,3%	
Rosario	Recuento	9	27	36	25	11	36	3	33	36
	%	25,0%	75,0%		69,4%	30,6%		8,3%	80,6%	
Luján / Gral. Rodríguez	Recuento	2	48	50	5	45	50	2	48	50
	%	4,0%	96,0%		10,0%	90,0%		4,0%	96,0%	
TOTAL	RECUENTO	52	350	397	60	337	397	23	374	397
	%	13,0%	87,0%		15,1%	84,9%		5,8%	94,2%	

Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en el marco de los Proyectos Impactar 15 y 24.⁴

La presencia minoritaria de EH-AK (5,8%) es consistente con la literatura sobre transiciones agroecológicas, que conceptualiza estos procesos como emergentes desde nichos protegidos que coexisten en tensión con el régimen dominante (Bellon y Ollivier, 2018).

A continuación, se desarrollan los resultados para cada una de las cinco regiones relevadas.

La Plata

Matías García y Germán Quaranta (2022) estimaron la cantidad total de establecimientos hortícolas en el partido de La Plata en un máximo de 3.800 unidades. Esta proyección se basó en la estructura hortícola documentada en el Censo Hortiflorícola de Buenos Aires realizado en 2005 y los datos de superficie (a campo y bajo cubierta) actualizados mediante el estudio de imágenes satelitales de Carolina Baldini (2020).

Sobre esa base, los 11 casos (6,5%) que declararon realizar prácticas agroecológicas en el relevamiento de 2022 permitirían proyectar la existencia de aproximadamente 244 quintas que llevan a cabo, total o parcialmente, producción agroecológica en La Plata.

Un estudio previo, realizado en 2017-2018 sobre una muestra de 200 EH (García, 2021), había identificado un 4% de establecimientos agroecológicos (EH-A). El incremento de 2,5 puntos porcentuales registrado podría atribuirse tanto a una expansión real de las prácticas agroecológicas en el período 2017-2022, como a pequeñas diferencias muestrales. En cualquier caso, la consistencia entre ambas estimaciones refuerza la validez del dato del 6,5% encontrado en el relevamiento actual.

En paralelo, se detectaron 11 establecimientos que comercializan total o parcialmente su producción a través de canales cortos, de los cuales solo cuatro se declaran —al menos parcialmente— agroecológicos, mientras que los siete restantes son 100% convencionales. Esto permite concluir que más de la mitad de los productores que venden por canales cortos no practican agroecología, por lo que una parte de las hortalizas comercializadas en dichos circuitos proviene de sistemas convencionales, tal como señala García (2021).

Finalmente, del total de 11 EH agroecológicos y 11 EH con comercialización en canales cortos detectados en la muestra, solo cuatro reúnen simultáneamente ambas condiciones. Proyectado al universo estimado de 3.800 EH, ello implicaría la existencia de 91 establecimientos agroecológicos con canales cortos (EH-AK) aproximadamente, equivalentes al 2,4% del total. Estos casos cumplen de manera estricta las tres condiciones de alternatividad definidas en este estudio: i) la combinación de principios éticos y de comercio justo; ii) la adopción de prácticas productivas agroecológicas; y iii) el acortamiento de la cadena de comercialización.

Mar del Plata

Una estimación sobre la horticultura del partido de General Pueyrredón, realizada por Daiana Daga et al. (2020) mediante imágenes satelitales, calculó 658 hectáreas bajo cubierta y 9.618 a campo. Dichas cifras coinciden con las apreciaciones previas —aunque metodológicamente poco precisas— de Enrique Adlercreutz (2017).

No obstante, un informe más reciente (García et al., 2026) revisa críticamente esos valores y ratifica como confiable la superficie de 658

hectáreas bajo cubierta, pero considera excesiva la estimación superior a 9.000 hectáreas a campo.

Con base en esta evidencia, el presente estudio adopta como referencia una estructura hortícola compuesta por alrededor de 800 establecimientos hortícolas (EH) que producen en 658 hectáreas bajo cubierta y menos de 9.000 hectáreas a campo, considerados los indicadores más probables de la horticultura marplatense.

En el relevamiento efectuado se identificaron seis establecimientos que comercializan total o parcialmente su producción a través de canales cortos, los cuales, a su vez, se autodefinen –al menos parcialmente– como agroecológicos. En consecuencia, puede afirmarse que solo uno de cada tres productores agroecológicos (19 EH en total) vende también a través de canales alternativos de comercialización (Tabla 2). A diferencia de lo observado en La Plata, no se registraron casos de productores convencionales que comercialicen hortalizas mediante canales cortos.

Los seis establecimientos que combinan producción agroecológica y comercialización en canales cortos representan aproximadamente el 7% del total encuestado. Extrapolando este valor al conjunto estimado de 800 EH en el partido, se obtendría una proyección estimada de 57 establecimientos agroecológicos con canales cortos y con criterios éticos (EH-AK), es decir, unidades que producen y comercializan total o parcialmente de manera alternativa. No obstante, esta cifra parece un tanto excesiva, ya que Celeste Molpeceres y Laura Zulaica (2025) reportan poco más de treinta establecimientos de este tipo en la región.

Córdoba

Las fuentes disponibles sobre la horticultura del periurbano cordobés presentan estimaciones que sitúan el número de establecimientos hortícolas (EH) entre 160 y 260 unidades. Beatriz Giobellina (2018) reporta la existencia de 160 productores que abastecen diariamente al Mercado de Abasto de la ciudad de Córdoba, cifra que considera alarmante si se tiene en cuenta que una década antes el número ascendía a 400. Este valor puede interpretarse, por lo tanto, como un piso mínimo de referencia. Cuatro años más tarde, el mismo equipo realizó un censo en la actual Región Alimentaria de Córdoba (RAC) –antes denominada Cinturón Verde de Córdoba– identificando 260 quintas hortícolas diversificadas, excluyendo las unidades destinadas a la producción de papa (Giobellina et al., 2022).

En relación con la superficie cultivada, el estudio técnico de Julieta Saettone (2025) –en el marco del proyecto Impactar 24– estimó aproximadamente 1.939 hectáreas a campo y 17 hectáreas bajo cubierta, mientras que el relevamiento Cobertura y Uso de Suelo –Periurbano Gran Córdoba 2019–⁵ registró 1.649 hectáreas hortícolas en la zona. Considerando

estos antecedentes, el presente trabajo adopta como valores de referencia la existencia de 210 establecimientos hortícolas distribuidos en una superficie de alrededor de 1.800 hectáreas.

El relevamiento efectuado en la región identificó 11 establecimientos agroecológicos (EH-A), equivalentes al 18,3% del total, y 13 establecimientos que comercializan mediante canales cortos (EH-K), lo que representa un 21,7%. Sin embargo, la coincidencia entre ambas estrategias –producción agroecológica y comercialización corta– solo se verificó en cuatro casos (6,7%). Esta diferencia sugiere que dos de cada tres productores que venden por canales cortos no comercializan hortalizas agroecológicas.

Extrapolando estos resultados al conjunto estimado de 210 EH, se proyecta la existencia de aproximadamente 14 establecimientos agroecológicos con canales cortos (EH-AK) en la Región Alimentaria de Córdoba, localizados en el entorno del Área Metropolitana de Córdoba, cuya población asciende a 2.156.788 habitantes según el Censo nacional 2022.⁶

Gral. Rodríguez/Luján

A partir de la información disponible, los partidos de General Rodríguez y Luján presentan distintas estimaciones sobre su estructura hortícola. Para General Rodríguez, Jacqueline Bérèterbide (2023) registra aproximadamente 140 establecimientos, mientras que Clara Cantarelo (2024) reporta una superficie cultivada de 143 hectáreas. En tanto, para Luján, Fernanda González Maraschio et al. (2019) estiman 75 productores, cifra que Cantarelo (2024) complementa con una superficie de 288 hectáreas. Una estimación más reciente de Saettone (2025), que combina imágenes satelitales con datos de encuestas, calcula para General Rodríguez 160 establecimientos en 388 ha (13 bajo cubierta) y para Luján 100 establecimientos en 209 ha (21 bajo cubierta).

En síntesis, considerando el conjunto de información disponible, para la región conformada por los partidos de General Rodríguez y Luján se adopta como referencia una estructura compuesta por 240 establecimientos hortícolas que ocupan alrededor de 510 hectáreas cultivadas.

El relevamiento efectuado identificó dos establecimientos agroecológicos (EH-A), lo que, extrapolado al total de la región, permitiría estimar alrededor de diez unidades de este tipo. Asimismo, se registraron cinco establecimientos que comercializan total o parcialmente su producción a través de canales cortos, lo que indica la existencia de circuitos cortos de comercialización con hortalizas convencionales. Finalmente, dos establecimientos reúnen ambas condiciones –producción agroecológica y comercialización en canales cortos–, lo que proyectado al universo regional representaría unos diez establecimientos agroecológicos con canales cortos que también cumplen los criterios éticos (EH-AK).

Rosario

De acuerdo con el Censo 2021 del Cinturón Hortícola de Rosario, que excluye la producción y los productores de papa, existen en la región 173 establecimientos hortícolas (EH) que ocupan 1.803 hectáreas, de las cuales 31 se encuentran bajo cubierta (Mondino et al., 2022). Por su parte, el estudio de Saettone (2025) estimó 1.135 hectáreas totales –con 19 hectáreas bajo cubierta– y la participación de 240 establecimientos. En el presente trabajo se adoptan los datos del Censo 2021, al considerarse más precisos que los obtenidos por estimaciones satelitales.

El relevamiento efectuado en la zona identificó nueve establecimientos agroecológicos (EH-A), lo que, extrapolado al total del sector rosarino equivale a alrededor de 51 unidades de este tipo. En cuanto a la comercialización, 25 establecimientos manifestaron vender total o parcialmente su producción a través de canales cortos, lo que evidencia la presencia significativa de hortalizas convencionales en circuitos de proximidad.

Finalmente, la coincidencia entre producción agroecológica y comercialización en canales cortos se verificó en tres establecimientos, lo que, proyectado al universo total de 173 EH, representa aproximadamente 14 unidades que integran modelos de producción y venta alternativa (EH-AK).

Caracterización de los establecimientos hortícolas alternativos (EH-AK)

Características generales de los EH-AK

La caracterización de los establecimientos agroecológicos con comercialización en canales cortos y con criterios éticos (EH-AK) evidencia una limitación metodológica: el número de casos identificados en cada región es reducido, lo que restringe las posibilidades de análisis estadístico y comparativo. Por esta razón, se optó por realizar una caracterización general del conjunto de los EH-AK que puede implicar la pérdida de ciertas especificidades regionales, pero permite identificar rasgos distintivos frente a los establecimientos de producción y comercialización convencional.

El análisis se basa en la información proveniente de las encuestas realizadas al subuniverso hallado de 23 EH-AK, contrastada con los resultados obtenidos para los establecimientos convencionales (EH-C) –esto es, los EH-CL y EH-CK– que totalizan 374 casos (397 encuestas en total, menos los 23 EH-AK).

Los EH-AK presentan una superficie media de 4,2 hectáreas, superior a la observada en los establecimientos convencionales, cuya media es de 3,4 hectáreas (Tabla 3). Los valores de mediana y moda refuerzan esta diferencia:

mientras que en los EH-AK se ubican próximos a la media, en los EH-C se desplazan hacia la izquierda (mediana de 2,5 ha y moda de 1 ha). Este patrón es coherente con un modelo alternativo que no se caracteriza por el uso intensivo de los medios de producción, como la tierra o el invernáculo.

Las diferencias se mantienen al analizar la superficie hortícola total, que representa en ambos casos alrededor del 83% de la superficie, destinándose el 17% restante a caminos, vivienda, galpones u otras infraestructuras (Tabla 3). En las formas de cultivo, se observa otra diferencia más marcada: mientras que en los EH-AK apenas el 12% de la superficie hortícola se realiza bajo cubierta, en los EH-C los invernáculos abarcan el 29% del total.

Tabla 3. Superficies totales de los establecimientos y superficies hortícolas, desagregadas según se cultiven a campo y bajo cubierta, en quintas convencionales y EH-AK.

	Superficie total	Superficie hortícola a campo	Superficie hortícola bajo cubierta	Total de superficie hortícola
EH-C	3,4	2,0	0,8	2,8
EH-AK	4,2	3,1	0,4	3,6

Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en el marco de los Proyectos Impactar 15 y 24.

Las diferencias estructurales observadas – mayor superficie (4,2 vs 3,4 ha), menor intensidad de capital (12% vs 29% bajo cubierta) – son consistentes con la distinción conceptual de Jan Douwe van der Ploeg (2010) entre "modos empresariales" y "modos campesinos" de producción.

El modelo convencional (EH-C) responde a una lógica de maximización del rendimiento por unidad de superficie mediante intensificación de capital (invernáculos, riego tecnificado, agroquímicos), típica de la agricultura empresarial integrada a cadenas de *commodities*. El alto porcentaje de superficie bajo cubierta (29%) refleja esta estrategia: producir mayor volumen por unidad de superficie para competir en mercados mayoristas donde el precio lo determina la oferta agregada.

En contraste, los EH-AK expresan una lógica de optimización de recursos disponibles con menor dependencia de insumos externos (Altieri, 2018). La mayor superficie total pero menor inversión en capital fijo sugiere estrategias de "extensificación relativa": diversificar cultivos en una mayor área para distribuir riesgos, reducir plagas por monocultivo y abastecer la variedad que demandan ferias y bolsones. Esta lógica prioriza la autonomía (reducción de costos en insumos) sobre la productividad por hectárea, característica que define el modo campesino según van der Ploeg (2015). La paradoja aparente – mayor tierra con menor capital – cobra sentido teórico: los EH-AK compensan menor rendimiento/ha con mayor diversidad y menor

dependencia financiera, estrategia viable solo si acceden a canales que valorizan esa diversidad (ferias, bolsones) (Bainville et al., 2025) en lugar de penalizarla (mercados mayoristas que premian volumen homogéneo).

La gran mayoría de los EH-AK (18 casos) producen hortalizas agroecológicas exclusivamente a campo; solo dos lo hacen bajo cubierta y tres combinan ambos sistemas. En contraste, en los EH-C el 58,1% utiliza invernáculos de forma total o parcial.

De los 23 EH-AK analizados, 12 desarrollan prácticas exclusivamente agroecológicas, mientras que los 11 restantes combinan la producción agroecológica con la convencional. Siguiendo la metáfora de Roberto Benencia (1997), puede inferirse que muchos de estos establecimientos se encuentran en etapas iniciales de la “escalera agroecológica”, en las que la transición hacia sistemas sustentables se desarrolla de manera gradual ya que mantienen una parte de la producción convencional hasta su reemplazo progresivo.

En cuanto al origen nacional de los productores, la mayoría de los horticultores –tanto del universo total como del grupo EH-C– son bolivianos (62,6%), mientras que los argentinos representan el 37,2%. Si bien entre los EH-AK la presencia de productores bolivianos sigue siendo significativa (47,8%), se observa una mayor participación de argentinos, lo que sugiere un posible sesgo por nacionalidad en la adopción de prácticas agroecológicas y en la inserción en canales alternativos de comercialización.

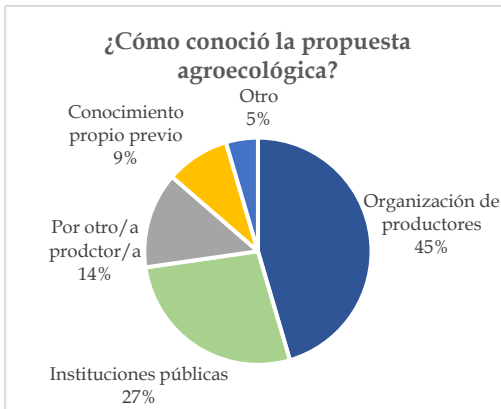
Una diferencia aún más notoria aparece en la vinculación con organizaciones de productores. La gran mayoría de los EH-AK (91,3%) participa activamente en alguna asociación o cooperativa; esto supera en más de 20 puntos porcentuales al grupo de los EH-C (70,7%). Esta brecha puede explicarse por dos funciones complementarias que cumplen las organizaciones en el contexto de los modelos alternativos. Por un lado, operan como agentes de difusión y formación agroecológica: el 45,5% de quienes se acercaron a la agroecología lo hicieron a través de organizaciones, cifra que sube al 72,7% si se incluye la mediación indirecta de organismos públicos que acceden al territorio a través de ellas. Por otro lado, las organizaciones cumplen una función articuladora en la gestión de los canales alternativos de comercialización (García, 2023): son las que sostienen ferias, organizan bolsones, negocian acuerdos de precio y proveen a los productores de los vínculos de confianza con los consumidores que hacen posibles esos canales. En este sentido, la participación organizativa no es solo un rasgo asociado a los EH-AK, sino una condición de posibilidad estructural para su existencia y reproducción como modelo alternativo integral.

Perfil agroecológico

Los establecimientos alternativos (EH-AK) iniciaron sus prácticas agroecológicas en distintos momentos, aunque la mayoría presenta una antigüedad promedio de cinco años, con una media y mediana correspondientes a 2017-2018. El contexto económico de aquel período –marcado por el fuerte incremento de los costos de producción (particularmente de la energía eléctrica) y una retracción de la demanda de productos hortícolas– actuó como catalizador de estas transformaciones productivas (García et al., 2024).

En la mayoría de los casos, las organizaciones de productores desempeñaron un papel central en la difusión y promoción de la agroecología, seguidas en menor medida por instituciones públicas, principalmente el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria –INTA– (García y Fernández, 2021). Esto se refleja en que el 45,5% de los productores conoció la agroecología a través de organizaciones y un 27,3% mediante organismos públicos, aunque estos últimos suelen acceder al territorio por intermedio de las propias organizaciones. En consecuencia, puede afirmarse que el 72,7% de los productores se vincula de manera directa o indirecta con la agroecología a través de espacios organizativos (Figura 1).

Figura 1. Motivo o situación que lo acercó a la propuesta agroecológica



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en el marco de los Proyectos Impactar 15 y 24.

La distribución de las motivaciones iniciales para incorporar prácticas agroecológicas (Figura 2) –se distribuyen casi en partes iguales entre razones vinculadas a la salud propia o de familiares (48%), y aquellas vinculadas a cuestiones económicas, especialmente la reducción de costos de producción (52%)– permite identificar dos trayectorias preliminares de transición que no implican una jerarquía moral sino trayectorias diferentes con implicancias distintas para la profundidad y estabilidad del cambio.

Siguiendo el enfoque propuesto por Ángel Calle et al. (2012), que distingue entre motivaciones más individuales –vinculadas a la propia situación productiva o a preocupaciones por la salud– y orientaciones más colectivas o sistémicas asociadas a la transformación del sistema agroalimentario, los datos sugieren que las transiciones motivadas por la salud tienden a incorporar con mayor facilidad las dimensiones éticas, ambientales y políticas de la agroecología como paradigma integral, acercándose a orientaciones de carácter más colectivo. En cambio, las transiciones motivadas por la reducción de costos responden con mayor frecuencia a ajustes técnicos frente a situaciones de crisis –como el fuerte incremento de los costos energéticos en 2017-2018– sin que ello implique necesariamente la adopción de un marco agroecológico más amplio. El contexto de ese período actuó, en los términos de Wezel et al. (2020), como un “empujón” hacia prácticas de menor costo externo, que en algunos casos derivó en transiciones más profundas y en otros se estabilizó como un ajuste técnico parcial. Esta distinción tiene implicancias para el diseño de políticas: los instrumentos orientados exclusivamente a la reducción de costos de insumos pueden incentivar el primer nivel de la transición agroecológica, pero son insuficientes para sostener procesos de transformación más profundos.

Figura 2. Motivaciones para iniciar prácticas agroecológicas



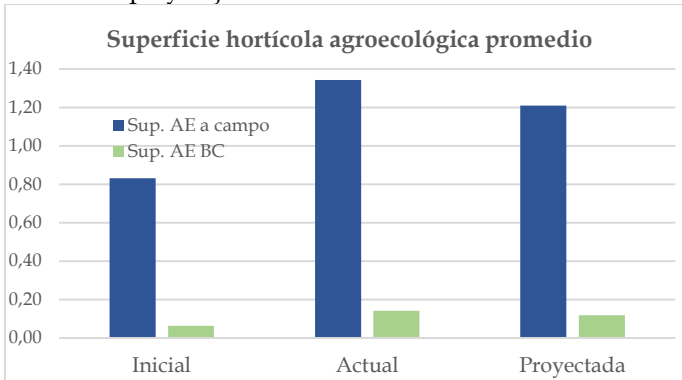
Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en el marco de los Proyectos Impactar 15 y 24.

El perfil productivo muestra que la adopción de la agroecología comenzó mayoritariamente a campo, avanzando luego de forma paulatina hacia los invernáculos. En la actualidad, la superficie media dedicada a esta modalidad es de 1,3 ha a campo y 0,14 ha bajo cubierta. El hecho de que ningún productor espere aumentar esta superficie –y que seis hayan manifestado su intención

de reducirla — indica que el proceso podría haber entrado en una etapa de estabilización o saturación.

El dato de que ningún productor planea ampliar la superficie agroecológica (mientras seis planean reducirla) sugiere la presencia de límites concretos a la escalabilidad del modelo, determinado por: i) límites de la capacidad de absorción de canales alternativos (demanda insuficiente); ii) intensidad de trabajo que demanda la agroecología sin mecanización (Bainville et al., 2025); iii) necesidad de mantener producción convencional como "seguro" ante incertidumbre comercial. Esta estabilización o estancamiento en escalas pequeñas confirma el argumento de Wezel et al. (2020) sobre la necesidad de transformaciones institucionales (políticas de compras públicas, certificación participativa, créditos diferenciados) para superar barreras estructurales a la transición.

Figura 3. Superficie hortícola agroecológica inicial, actual y proyectada, según cultivo a campo y bajo cubierta



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en el marco de los Proyectos Impactar 15 y 24.

La diversidad de cultivos constituye un rasgo distintivo de los EH-AK, tanto en comparación con establecimientos convencionales como en relación con la media del sector hortícola. Esta diversidad responde a la lógica productiva y comercial de los modelos alternativos, que requieren una oferta amplia y estacionalmente variada para abastecer ferias, bolsones y otros canales cortos (Sotiru, 2022).

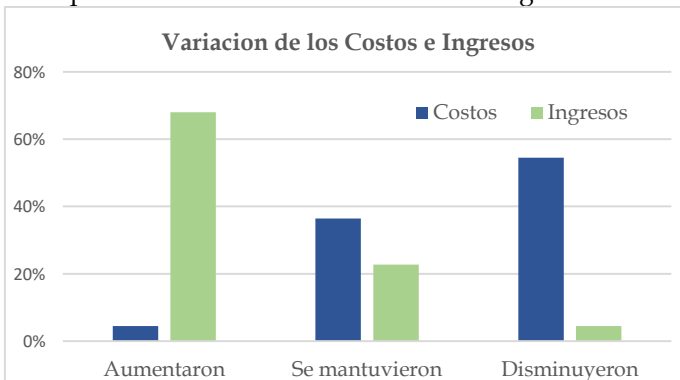
Un aspecto particularmente relevante emerge al analizar quién toma las decisiones principales vinculadas con la producción y comercialización agroecológicas. En más de la mitad de los EH-AK, este rol es asumido por mujeres jefas de hogar, lo que contrasta marcadamente con los establecimientos convencionales (EH-C), donde solo el 11,3% de los contratos de arrendamiento o títulos de automotores y tractores figuran a nombre de

mujeres. En los EH-AK, ese porcentaje asciende al 50%, indicando una mayor titularidad formal de los medios de producción por parte de mujeres.

Este dato no es un hallazgo aislado. Se inscribe en un conjunto de evidencia latinoamericana que documenta la centralidad de las mujeres en los procesos de transición agroecológica. Por caso, Siliprandi y Zuluaga (2014) señalan que las mujeres han sido protagonistas históricas de la preservación de la agrobiodiversidad y de la transmisión de saberes, aunque esa contribución ha tendido a ser invisibilizada en los sistemas de propiedad formal y en los espacios de decisión. La mayor titularidad de medios de producción y la centralidad en las decisiones productivas observadas entre los EH-AK sugieren que los modelos alternativos pueden constituir espacios donde esa invisibilización se revierte parcialmente. En términos de La Vía Campesina (2009), la agroecología como proyecto político supone también cuestionar las relaciones patriarcales de dominación, y los datos del presente estudio son consistentes con esa convergencia entre lucha agroecológica y equidad de género documentada en otros contextos latinoamericanos, como es el caso estudiado en Brasil (Costa et al., 2025).

La percepción mayoritaria de estos productores es que los costos de producción han disminuido a partir de que aplican prácticas agroecológicas, adjudicándosele principalmente al ahorro de insumos externos (agroquímicos principalmente). Algo similar se observa al indagar acerca de los ingresos, por cuanto casi el 70% asegura que se incrementaron, asociados a los mayores precios y márgenes que se obtienen en los canales cortos de comercialización. Por su parte, el 30% que manifiesta no obtener un mejor ingreso por su producción agroecológica, se explicaría por cuestiones inherentes a la comercialización incompleta de su producción (Figura 4), como analizaremos más adelante.

Figura 4. Percepción de la variación de los costos e ingresos



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en el marco de los Proyectos Impactar 15 y 24.

Perfil de Comercialización

Panorama general

Aunque los EH-AK producen parte o la totalidad de su producción bajo criterios agroecológicos, solo una fracción de ellos –la mitad más uno– comercializa exclusivamente a través de canales cortos (K). El resto combina estas modalidades con la venta en canales largos (L).

De esta manera, se describe primero someramente el canal largo que utilizan también parte de estos EH-AK para luego analizar en detalle las distintas modalidades de comercialización corta que caracterizan a este grupo de establecimientos.

Comercialización en canales largos (L)

Dentro del espectro de canales largos de comercialización, la modalidad de puesto propio y playa libre presenta una incidencia menor en los cinco territorios bajo estudio. Esta baja representatividad se vincula directamente con la capacidad logística de los productores: solo el 39,4% de los EH-C cuenta con un vehículo adecuado (camión o camioneta) para el acopio y transporte de productos hacia los mercados. En el caso específico de los EH-AK, se detectaron más casos con movilidad propia de trabajo (60,9%, o 14 de los 23 casos relevados), que aun siendo relativamente escasos, se pueden asociar a los requisitos de transporte de verduras para la venta en ferias.

El canal de comercialización largamente predominante en el estrato de la pequeña y mediana producción hortícola es la consignación, resultando en el 87,1% de los casos su uso para comercializar desde la mitad hasta el total de la producción. Es para destacar, que en el 75% del total la consignación es el único canal que utilizan.

En este circuito, el camionero es un actor clave en la negociación ya no del precio de la hortaliza (rol que sí lo tiene si el canal es el de venta directa en tranquera), sino del tipo y la cantidad de hortalizas que se venden. En un 23,9% de los casos, el tipo de hortalizas que entrega en consignación el productor lo decide sólo el camionero, mientras que en el 26,8% se acuerda tras una negociación entre el productor y el camionero (Figura 5). Algo similar ocurre con la cantidad de bultos entregada al camionero, por cuanto para el 23,6% es una decisión privativa del transportista, mientras que en el 32,6% de los casos se resuelve tras una negociación entre ambos (Figura 6). Esto es, el camionero sale a buscar determinado tipo y cantidad de mercadería, estando interesado en las hortalizas con faltante en el mercado y/o privilegiando las de mejor calidad comercial. La atomización de la oferta le permite imponer qué hortalizas y cuántos bultos llevarse, y eventualmente negociar concesiones (por ejemplo, aceptar llevar mercadería que el productor no

puede colocar y que él no precisa) a cambio de cumplir con sus objetivos diarios (llevar determinado tipo y cantidad de mercadería).

Figura 5. Decisión sobre el tipo de hortalizas entregadas en consignación

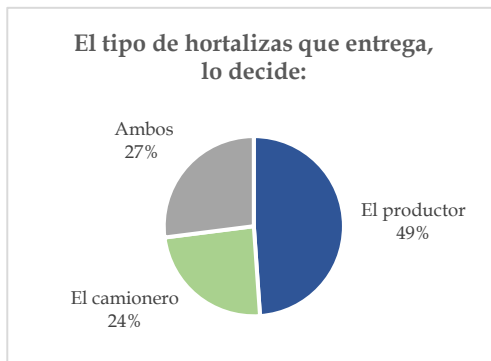
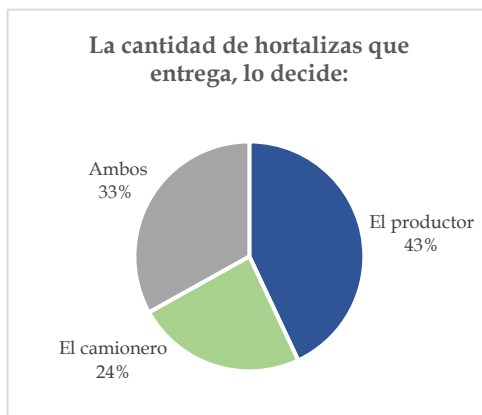


Figura 6. Decisión sobre la cantidad de hortalizas entregadas en consignación



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en el marco de los Proyectos Impactar 15 y 24.

En el 60,9% de los casos, el productor le entrega hortalizas en consignación siempre al mismo camionero, justificándose por cuestiones de confianza/conocimiento (39,5%), mejor paga (30,1%) o porque transporta más mercadería (24,4%). Para el 57,6% que va cambiando de camionero, prioriza a quien ofrece el mejor pago y, en menor medida, a quien más compra.

El poder que tiene el consignatario en este canal se puede ejemplificar por cuanto el 52,9% de los productores no puede verificar el precio al que se ha vendido su mercadería en el mercado. También es una muestra de este tipo de relación, que el pago tarda en efectivizarse 4 días o más en el 67,4% de los casos, lo que refuerza la asimetría existente en la relación comercial.

Estos indicadores, que caracterizan el funcionamiento del sistema de consignación entre los establecimientos convencionales (EH-C), se replican de manera similar en los EH-AK que recurren a estos mismos canales. Esto sugiere que la lógica operativa del canal largo impone condicionantes comunes, independientemente del modelo productivo.

Comercialización en canales cortos (K)

Se identificaron diversas modalidades de comercialización corta entre los EH-AK, incluyendo ferias, bolsones, locales minoristas, venta en quinta directa al consumidor y otras formas mixtas. En la mayoría de los casos, estas estrategias se combinan entre sí, sin que se destaque una modalidad única, lo que refleja la diversificación comercial característica del modelo agroecológico. A continuación, se describen las principales modalidades y sus particularidades.

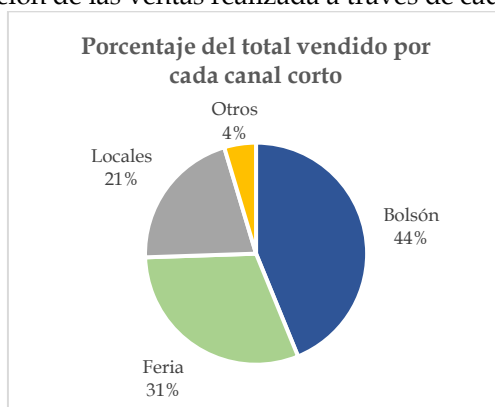
La venta a través de bolsones es la más extendida: se registra en 20 de los 23 EH-AK, lo que la convierte en el canal alternativo más utilizado. Esta modalidad se consolidó principalmente entre 2014 y 2021, con un pico en 2020–2021, cuando la mitad de los establecimientos adoptó esta estrategia. Los bolsones se comercializan, en promedio, cuatro veces por mes (una vez por semana) y representan el 43,8% del volumen total vendido por vías alternativas. Es, de esta manera, el canal alternativo más utilizado por estos productores y el segundo en importancia en cuanto al volumen que circula.

Las ferias aparecen en 14 de los 23 casos, con un proceso de adopción similar, aunque la mayoría indica el 2021 como año de inicio. Las ventas se realizan generalmente dos veces por semana y abarcan el 30,6% del volumen total comercializado en canales cortos. Aunque el volumen de ventas por esta vía es menor, los productores coinciden en que el margen de ganancia es el más elevado, lo que compensa su menor escala.

La venta en locales minoristas —pertenecientes o asociados a los propios productores— se identificó en 8 de los 23 EH-AK, también con un punto de expansión en 2021. Este canal representa aproximadamente el 20,9% del volumen alternativo total.

Por su parte, la venta directa en quinta o a verdulerías locales, agrupada en la categoría “otros”, se registró en 7 establecimientos, con experiencias iniciadas desde 2014 y una participación poco significativa en términos de volumen (4,6% del total) (Figura 7).

Figura 7. Proporción de las ventas realizada a través de cada canal corto



Fuente: elaboración propia en base a encuestas realizadas en el marco de los Proyectos Impactar 15 y 24.

Cabe destacar la coexistencia y complementariedad de canales cortos: el 74% de los EH-AK combina dos o más modalidades, con un promedio de 2,2 canales por establecimiento.

De los canales alternativos más relevantes, se observa que las ferias ofrecen mayores márgenes, pero su alcance se ve limitado por el bajo volumen total de ventas y la alta exigencia de tiempo que implica la atención del puesto. En cambio, los bolsones permiten colocar un mayor volumen con menor dedicación temporal, aunque con márgenes económicos sensiblemente menores.

El 74% de los EH-AK declara fijar los precios de sus productos o participar en su determinación dentro de espacios organizativos colectivos. Entre los criterios utilizados, la mitad afirma considerar los costos de producción, aunque pocos productores disponen de esa información de manera precisa. Resulta llamativo que un 44% reconozca tomar como referencia los precios del mercado convencional para definir los valores de venta en los canales alternativos, lo que refleja una tensión entre la lógica solidaria y la dinámica de precios del mercado tradicional.

En cuanto a las condiciones de pago, el 55% de los productores cobra al momento de la entrega, mientras que un 41% lo hace entre cuatro y más días después, según la modalidad de venta o el tipo de organización interviniente.

Párrafo aparte merece la complementación de los canales largos en los EH-AK. La venta convencional aparece en más de la mitad de estos establecimientos (13 de 23 casos, equivalente al 56,5%), actuando como un mecanismo de resiliencia comercial que posibilita la colocación de los excedentes no demandados por los circuitos cortos. Esta proporción significativa desafía concepciones binarias sobre alternatividad: la mayoría de los EH-AK no opera exclusivamente en circuitos alternativos, sino que gestiona carteras comerciales mixtas donde canales alternativos (K) y convencionales (L) coexisten estratégicamente.

Dentro de los canales largos, sobresale la venta bajo la modalidad de consignación, en la cual los EH-AK obtienen, según el 74% de los casos, un precio inferior al alcanzado en los canales cortos (AK), igual o menor al de las hortalizas convencionales. Esta diferencia se explica, en primer lugar, por la menor valoración estética que los intermediarios y consumidores de los mercados tradicionales asignan a los productos agroecológicos —más heterogéneos en tamaño, color o aspecto—, lo que tiende a ubicarlos en segmentos de menor precio.

Pero además, la escala reducida de producción y comercialización propia de la agroecología incide directamente en los márgenes obtenidos. La mayoría de los EH-AK dispone de volúmenes limitados por cultivo y por ciclo, lo que les impide negociar precios competitivos o sostener una oferta continua en el canal largo. Este bajo volumen de bultos por venta responde a la estrategia productiva diversificada y de baja especialización que caracteriza a la agroecología —centrada en la estabilidad ecológica y social más que en la maximización del rendimiento—. A su vez, esta misma lógica se vincula con las demandas de los canales cortos, que priorizan la variedad y estacionalidad por sobre la homogeneidad y el volumen.

En suma, la combinación entre criterios de calidad no estandarizados y la escala reducida de oferta coloca a los productos agroecológicos en una posición desfavorable dentro del canal largo, lo que refuerza la importancia de los canales cortos como espacios más coherentes con la lógica productiva y económica de los EH-AK.

La coexistencia estratégica de canales alternativos y convencionales en el 56,5% de los EH-AK puede interpretarse mediante el concepto de *nested markets* (mercados anidados) de van der Ploeg (2010). Los productores construyen carteras de relaciones comerciales diferenciadas, que en nuestro estudio se distribuyen, dentro del volumen comercializado por canales alternativos, de la siguiente manera: i) núcleo alternativo (ferias, bolsones): representa el 74,4% del volumen de canales cortos, con márgenes altos y

relaciones personalizadas. Funciona como el ancla identitaria y económica del proyecto; ii) zona intermedia (locales minoristas asociados): constituye el 20,9% del volumen alternativo, con márgenes medios y una menor intensidad relacional, actuando como un escalamiento controlado. A este esquema se suma un tercer nivel: iii) mecanismo de resiliencia comercial (canal largo/consignación): absorbe el volumen residual que los circuitos alternativos no logran incorporar, con márgenes bajos o nulos. Esta capa, utilizada por el 56,5% de los EH-AK, funciona como una estrategia de supervivencia para los excedentes.

Este patrón confirma la crítica de Henk Renting et al. (2003) a visiones binarias (alternativo vs. convencional): los productores reales operan en espacios híbridos, combinando lógicas según sus condiciones y contextos. En este sentido, la cuestión central no radica en por qué no abandonan el canal largo — dado que, en muchos casos, no cuentan con las condiciones materiales para hacerlo —, sino en identificar bajo qué condiciones el núcleo alternativo puede crecer hasta hacer prescindible la dependencia de los circuitos convencionales.

Conclusiones

El presente trabajo ofrece la primera caracterización multirregional, sistemática y comparativa de los establecimientos hortícolas alternativos (EH-AK) en Argentina, e identifica sus rasgos estructurales, su perfil comercial híbrido y sus condiciones organizativas de existencia. Como actividad de contextualización previa, también estimó la relevancia cuantitativa aproximada de los EH-AK en cada región. Aunque el diseño muestral no permite inferencias estadísticas al universo de productores, los hallazgos deben interpretarse como patrones emergentes que describen el conjunto de casos estudiados.

Los resultados revelan un fenómeno incipiente pero analíticamente relevante, que representa entre el 2% y el 8% del total de establecimientos, con una media del 5,8% en la muestra. Esta presencia minoritaria es consistente con la conceptualización de las transiciones agroecológicas como procesos que emergen desde nichos que coexisten en tensión con el régimen agroalimentario dominante.

El perfil estructural de los EH-AK — mayor superficie media (4,2 ha vs. 3,4 ha), menor intensidad de capital (12% bajo cubierta vs. 29% en los EH-C) y mayor diversidad de cultivos — es coherente con la distinción teórica de van der Ploeg (2010, 2015) entre el modo empresarial y el modo campesino de producción. El modelo convencional (EH-C) responde a una lógica de maximización del rendimiento por unidad de superficie mediante intensificación de capital, característica de la agricultura integrada a cadenas

de *commodities*. Los EH-AK, en cambio, expresan una racionalidad de optimización de recursos disponibles con menor dependencia de insumos externos: diversifican cultivos en mayor área para distribuir riesgos y abastecer la variedad que demandan ferias y bolsones. Esta lógica es viable solo en articulación con canales que valorizan la diversidad —en lugar de penalizarla, como hacen los mercados mayoristas que premian el volumen homogéneo (Bainville et al., 2025)—, lo que explica la estrecha interdependencia entre perfil productivo y estrategia comercial que caracteriza a estos establecimientos.

El perfil comercial de los EH-AK es marcadamente híbrido y puede interpretarse desde el concepto de mercados anidados (van der Ploeg, 2010): los productores construyen carteras diferenciadas de relaciones comerciales que combinan un núcleo alternativo (ferias y bolsones, 74,4% del volumen en canales cortos, con márgenes altos y relaciones personalizadas), una zona intermedia (locales minoristas asociados, 20,9% del volumen) y un mecanismo de resiliencia comercial (canal largo/consignación, que absorbe los excedentes no demandados por los circuitos alternativos). La participación del 56,5% de los EH-AK en el canal largo no refleja una incoherencia con su proyecto alternativo sino una estrategia de supervivencia ante la limitada capacidad de absorción de los circuitos alternativos. La pregunta que estos datos plantean no es por qué estos productores no abandonan el canal convencional —la respuesta es que no pueden—, sino bajo qué condiciones institucionales y de mercado el núcleo alternativo podría crecer hasta hacer prescindible esa válvula de seguridad.

Socialmente, los EH-AK se distinguen por una mayor densidad organizativa (91,3% en organizaciones vs. 70,7% en EH-C) y por una significativa participación femenina en la toma de decisiones y la titularidad de medios productivos. Ambas dimensiones no son independientes: las organizaciones han actuado como espacios de difusión de la agroecología y como estructuras de gobernanza de los canales alternativos, mientras que la mayor participación de las mujeres en los EH-AK sugiere que estos modelos constituyen también espacios de transformación de las relaciones de género, en línea con la conceptualización de la agroecología como proyecto político (La Vía Campesina, 2009; Siliprandi y Zuluaga, 2014).

Los procesos de transición agroecológica son recientes —iniciados mayoritariamente hacia 2017-2018, en un contexto de fuerte incremento de los costos energéticos— y responden a motivaciones de distinto alcance: 48% vinculadas a la salud y 52% a imperativos económicos. Siguiendo la distinción de Calle et al. (2012) y el marco de Wezel et al. (2020), estas motivaciones estructuran trayectorias con profundidades diferentes: las transiciones motivadas por la salud tienden a incorporar las dimensiones éticas y políticas de la agroecología como proyecto integral, mientras que las motivadas por la

reducción de costos responden con mayor frecuencia a ajustes técnicos parciales cuya estabilidad depende de que persistan las condiciones económicas que las originaron. Esta distinción tiene implicancias directas para el diseño de políticas: los instrumentos exclusivamente orientados a reducir costos de insumos pueden incentivar el primer nivel de la transición, pero son insuficientes para sostener transformaciones más profundas. En ambos casos, las organizaciones de productores han sido el principal agente impulsor (45,5% de los casos, o 72,7% si se incluye la mediación de organismos públicos que acceden al territorio a través de ellas), lo que confirma que la participación organizativa no es solo un rasgo asociado a los EH-AK sino una condición estructural de su existencia.

En síntesis, los EH-AK constituyen experiencias emergentes que operan como aproximaciones empíricas a una alternativa integral al modelo hortícola convencional que articulan dimensiones productivas, comerciales, organizativas y de género en configuraciones novedosas. No representan aún un modelo consolidado en términos de escala o estabilidad comercial, pero expresan búsquedas concretas de sustentabilidad que merecen ser acompañadas. Su consolidación futura dependerá tanto de las dinámicas internas de estos nichos como de la implementación de políticas públicas específicas –compras públicas, certificación participativa, créditos diferenciados– y del fortalecimiento de marcos institucionales que amplíen los espacios de viabilidad para estas formas alternativas de producir, comercializar y organizar la vida en los cinturones hortícolas argentinos.

Finalmente, las condiciones de viabilidad señaladas –políticas públicas, marcos institucionales, dinámicas organizativas internas– remiten a su vez a interrogantes que exceden los alcances de este estudio y abren una agenda de investigación futura. En particular, resulta relevante indagar cómo las tensiones identificadas –vinculadas a los mercados, el acceso a recursos, la mayor exigencia de mano de obra y las capacidades de coordinación colectiva– configuran los límites y potencialidades de su desarrollo, así como los riesgos de pérdida de sus principios constitutivos en eventuales procesos de ampliación.

Referencias

- Adlercreutz, E. (2017). *Descripción del Cinturón Hortícola de Mar del Plata*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Agencia Mar del Plata. <https://www.mardelplata.gob.ar/documentos/opendata/superficie%20sembrada%20y%20produccion%20de%20hortalizas%202019-2020.pdf>
- Altieri, M. A. (2018). *Agroecology. The science of sustainable agriculture*. CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9780429495465>

Bainville, S., Aubron, C. y Philippon, O. (2025). Workload and remuneration on farms in the south of France: The uncertain future of agroecology. *Journal of Rural Studies*, 116. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2025.103588>

Baldini, C. (2020). *Territorio en movimiento: las transformaciones territoriales del Cinturón Hortícola Platense en los últimos 30 años* [tesis doctoral]. Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata, Argentina. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/90102>

Bellon, S. y Ollivier, G. (2018). Institutionalizing agroecology in France: Social circulation changes the meaning of an idea. *Sustainability (Switzerland)*, 10(5), 1-30. <https://doi.org/10.3390/su10051380>

Benencia, R. (1997). De peones a patronos quinteros. Movilidad social de familias bolivianas en la periferia bonaerense. *Estudios Migratorios Latinoamericanos*, 12(35), pp. 63-102.

Benencia, R., García, M. y Quaranta, G. (2022). Principales características y transformaciones de la pequeña horticultura familiar de La Plata. *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, (55), 7-28. <https://www.ciea.com.ar/web/wp-content/uploads/2023/06/7-28-Art%C3%ADculo-Benencia-Garc%C3%ADa-Quaranta.pdf>

Bérèterbide, J. (2023). *La implementación de las Buenas Prácticas Agrícolas de los productores hortícolas periurbanos de General Rodríguez, en relación con el uso de agroquímicos* [Tesis de maestría]. Escuela para Graduados Ing. Agr. Alberto Soriano, Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires. <https://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/maestria/2023bereterbidejacqueline.pdf>

Bocero, S. y Prado, P. (2008). Horticultura y territorio. Configuraciones territoriales en el cinturón hortícola Marplatense a fines de la década del noventa. *Estudios Socioterritoriales*, (7), 98-119. <https://ojs2.fch.unicen.edu.ar/ojs-3.1.0/index.php/estudios-socioterritoriales/article/view/2820>

Calle, Á., Soler, M., Vara, I. y Gallar, D. (2012). La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales. *Interface*, 4(2), 459-489. <https://www.interfacejournal.net/wordpress/wp-content/uploads/2012/11/Interface-4-2-Calle-et-al.pdf>

Cantarelo, C. (2024). Usos del suelo agrícola en la Cuenca del Río Lujan: cartografía temática con Sistemas de Información Geográfica. *Anuario de La División Geografía*, (18), 1-7. <https://anuario-geografia.unlu.edu.ar/anugeografia/article/view/212>

Centro de Estudios Andaluces. (2012). *Canales cortos de comercialización*

alimentaria en Andalucía. Instituto de Sociología y Estudios Campesinos, Universidad de Córdoba. <https://www.centrodeestudiosandaluces.es/publicaciones/canales-cortos-de-comercializacion-alimentaria-en-andalucia>

Craviotti, C., García, M. y Fernández F. (Comps.). *Circuitos alimentarios alternativos : actores sociales, prácticas y desafíos*. Biblos.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2021). *Censo Nacional Agropecuario 2018: resultados definitivos*. https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/cna2018_resultados_definitivos.pdf

Costa, M. A. G., Bidaseca, K. y Jalil, L. M. (2025). Feminismos y Agroecología: experiencias de las mujeres de la UTT y del MIQCB para cambiar el sistema alimentario en Argentina y Brasil. *Cadernos Pagu*, (73), 1-21. <https://doi.org/10.1590/18094449202500730004>

Daga, D., Zulaica, L. y Vázquez, P. (2020). El periurbano de Mar del Plata (Argentina): clasificación digital de los usos del suelo y análisis de las transformaciones en el cinturón hortícola. *Revista Geográfica de América Central* 2(65), 175-205. <https://doi.org/10.15359/rgac.65-2.7>

García, M. (2021). Los canales alternativos de comercialización y el desafío del eslabón más débil. *Cuadernos. Instituto Tricontinental de Investigación Social*, (5), 24-32. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/209411/CONICET_Digital_Nro.6f5796e6-ef48-4200-bc59-93f67d25503f_B.pdf?sequence=2&isAllowed=y

García, M. (2023). Articulaciones, desafíos y limitaciones de las alternativas al modelo de producción, comercialización y consumo hegemónico: El caso del periurbano productivo del Área Metropolitana de Buenos Aires. En L., Fernández, S. Attademo y S. Lemmi (Comps.), *Periurbano hortícola del Gran La Plata. Reconfiguraciones en las tramas socioculturales y productivas en el siglo XX* (pp. 89-114). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

García, M. y Fernández, L. (2021). Políticas de la agencia del INTA en el aglomerado hortícola de La Plata (Buenos Aires, Argentina). *Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal*, 21(36), 79-103. <https://doi.org/10.14409/daapge.2021.36.e0012>

García, M., Fernández, L. y Castro, A. (2024). Delimitación y caracterización de los productores hortícolas agroecológicos de La Plata participantes de los circuitos alternativos de comercialización. En C. Craviotti, M. García y L. Fernández y (Comps.), *Circuitos alimentarios alternativos: actores sociales,*

prácticas y desafíos (pp. 161–179). Biblos.

García, M. y Quaranta, G. (2022). Análisis de las estadísticas hortícolas de Buenos Aires. Un aporte para la cuantificación de los establecimientos hortícolas de La Plata. *Geograficando*, 18(1), 1–11. <https://doi.org/10.24215/2346898Xe108>

García, M., Quaranta, G., Aranguren, C. y Porta, J. (2026). *Situación socioproductiva de la pequeña y mediana horticultura de Gral. Pueyrredón*. Boletín Técnico INTA Balcarce, 20.

Giobellina, B. (2018). *La alimentación de las ciudades. Transformaciones territoriales y cambio climático en el Cinturón Verde de Córdoba*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. <https://repositorio7.inta.gob.ar/items/c470d82d-df88-42aa-8493-24fbcaf8816e>

Giobellina, B., Marinelli, M. V., Lobos, D., Eandi, M., Bisio, C., Butinof, M., Narmona, L. y Asis, M. R. (2022). *Producción frutihortícola en la Región Alimentaria de Córdoba. Caracterización y mapeo 2018-2020*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. <https://repositorio.inta.gob.ar/handle/20.500.12123/11159>

Gliessman, S. (2015). *Agroecology. The Ecology of Sustainable Food Systems*. CRC Press.

González Maraschio, F., Castro, G. y Kindernecht, N. (2019). *Dinámicas hortícolas en el partido de Luján* [ponencia]. XI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales.

González Maraschio, M. F., Kindernecht, N. A., Castro, G. D., Valsecchi, M. I. de la M., Verón, V. P. y Motta, L. (2023). La producción familiar de alimentos sanos: Aproximaciones a partir de un relevamiento al oeste del Gran Buenos Aires. *Revista de Ciencias Sociales*, (43), 45–63. <https://ediciones.unq.edu.ar/684-revista-de-ciencias-sociales-segunda-epoca-no-43.html>

Goodman, D., Dupuis, E. M., Goodman, M. K. y Food, A. (2012). Comptes rendus de lecture-Revue d'Etudes en Agriculture. *Revue d'Etudes En Agriculture et Environnement*, 93(2), 213–229.

Gori, C. y Castellini, A. (2023). Alternative food networks and short food supply chains: a systematic literature review based on a case study approach. *Sustainability*, 15(10), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su15108140>

Hinrichs, C. C. (2000). Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*, 16(3), 295–303.

[https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(99\)00063-7](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(99)00063-7)

La Vía Campesina. (2009). *Informe de la VII Conferencia Internacional de La Vía Campesina*. Vía Campesina International. Recuperado de: <https://viacampesina.org/wp-content/uploads/2018/04/ES-rev6a-lowres.pdf>

Marasas, M., Blandi, M. L., Dubrovsky Berensztein, N. y Fernández, V. (2015). Transición agroecológica: características, criterios y estrategias. Dos casos emblemáticos de la Provincia de Buenos Aires, Argentina. *Agroecología*, 10(1), 49–60. <https://revistas.um.es/agroecologia/article/view/300731/216151>

Marsden, T., Banks, J. y Bristow, G. (2000). Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424–438. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>

Moeller, N., Geck, M., Anderson, C., Barahona, C., Broudic, C., Cluset, R., Henriques, G., Leippert, F., Mills, D., Minhaj, A., Mueting-van Loon, A., Piers de Raveschoot, S. y Frison, E. (2023). Measuring agroecology: Introducing a methodological framework and a community of practice approach. *Science of the Anthropocene*, 11(1), 1-14 <https://doi.org/10.1525/elementa.2023.00042>

Molpeceres, C. y Zulaica, L. (2025). Aportes para pensar una transición sustentable de las producciones hortícolas del Partido de General Pueyrredón. *Revista de Estudios Interdisciplinarios Sobre Sostenible*, 2(1), 121–149. <https://doi.org/10.64928/8rax7y32>

Mondino, M., Grasso, R., Balaban, D. y Ortiz Mackinson, M. (2022). *Censo 2021 del Cinturón Hortícola de Rosario*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

Renting, H., Marsden, T. y 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. <https://doi.org/10.1068/a3510>

Saettone, J. (2025). *Caracterización del sector hortícola en los territorios periurbanos de las ciudades de La Plata, Luján-General Rodríguez, Córdoba y Rosario, Argentina*. [Informe de consultoría elaborado en el marco del Proyecto ImpaCT.AR 24]. Programa ImpaCT.AR, Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Nación, Convocatoria 2021.

Sage, C. (2003). Social embeddedness and relations of regard: alternative “good food” networks in south-west Ireland. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 47–60. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00044-X](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00044-X)

Sevilla Guzmán, E. (2006). *De la sociología rural a la agroecología*. Icaria.

Siliprandi, E. y Zuluaga, G. P. (Eds.). (2014). *Género, agroecología y soberanía alimentaria. Perspectivas ecofeministas*. Icaria.
<https://traficantes.net/sites/default/files/pdfs/9788498886054.pdf>

Sonnino, R. y Marsden, T. (2006). Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, 6(2), 181–199. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbi006>

Sotiru, M. (2022). Bolsones agroecológicos: ¿posible estrategia territorial para combatir la tendencia alcista del precio de las hortalizas? *Eutopía. Revista de Desarrollo Económico Territorial*, (21), 124–142.
<https://doi.org/10.17141/eutopia.21.2022.5430>

van der Ploeg, J. D. (2010). *Nuevos campesinos. Campesinos e imperios alimentarios*. Icaria.

van der Ploeg, J. D. (2015). El campesinado y el arte de la agricultura. Un manifiesto chayanoviano. Icaria.

Wezel, A., Bellon, S., Doré, T., Francis, C., Vallod, D. y David, C. (2009). Agroecology as a science, a movement and a practice. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, 29, 503–515. <https://doi.org/10.1051/agro/2009004>

Wezel, A., Gemmill Herren, B., Kerr, R. B., Barrios, E., Luiz, A., Gonçalves, R. y Sinclair, F. (2020). Agroecological principles and elements and their implications for transitioning to sustainable food systems. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, 40, 1–13.
<https://doi.org/10.1007/s13593-020-00646-z>

Notas

¹ La Vía Campesina es un movimiento internacional creado en 1993 que articula organizaciones campesinas, indígenas y de agricultura familiar, promoviendo la soberanía alimentaria, la agroecología y la defensa de los derechos de los productores rurales.

² La definición de canal corto (K) adoptada en este trabajo centra el criterio en la reducción de intermediarios. La dimensión de proximidad geográfica –componente habitual de las definiciones canónicas de Short Food Supply Chains (Marsden et al., 2000; Renting et al., 2003)– no se incluye como criterio discriminante porque en el universo de los cinturones hortícolas periurbanos estudiados constituye una condición estructural de todos los establecimientos relevados, no una variable que permita diferenciar tipos de canal.

³ Esto se fundamenta en que suele ser una forma de contactar a nuevos productores el pertenecer a una organización, a la cual se recurre y/o se les pide a los ya encuestados que faciliten nuevos candidatos para relevar.

⁴ El programa “ImpaCT.AR Ciencia y Tecnología” fue impulsado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y tuvo el propósito de promover proyectos de investigación y desarrollo destinados a brindar apoyo a organismos públicos en la búsqueda de soluciones a desafíos de

interés público. El Proyecto 15 se tituló: *Caracterización territorial de las horticulturas bonaerenses para la incorporación de criterios sociales y productivos sostenibles*; y el Proyecto 24: *Caracterización socioproductiva de la Agricultura Familiar Campesina e Indígena (AFCI) para la construcción de un Plan Integral de Fortalecimiento y Desarrollo de los Territorios Productivos del Periurbano (TPP)*. Ambos formaron parte de la Convocatoria 2021 y fueron ejecutados entre octubre 2021 y noviembre 2023.

⁵ Véase: <https://www.idecor.gob.ar/mapas/cobertura-y-uso-del-suelo-periurbano-de-cordoba/>

⁶ https://censo.gob.ar/index.php/datos_definitivos_cordoba/