

# Comercialización, soberanía y desarrollo agroalimentario.

Producción de alimentos, empleo, abastecimiento  
y acceso a la canasta básica

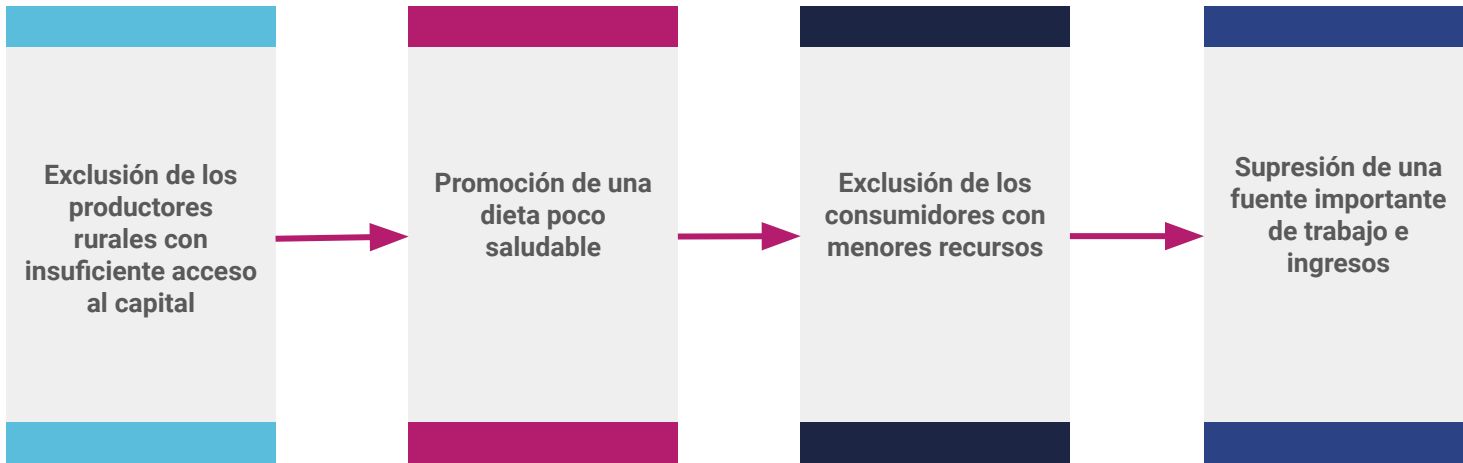
Octubre 2021



**ODeP**  
Observatorio para el  
Desarrollo Provincial

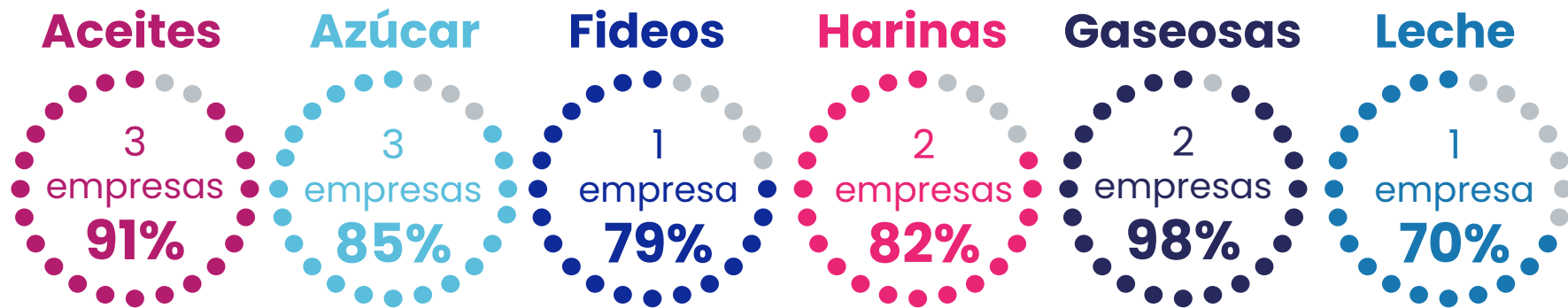


# Consecuencias en los sistemas alimentarios frente a las características de la comercialización moderna



FUENTE: FAO (2020)

# Concentración de la producción de alimentos en Argentina



# Concentración de la comercialización en sudamérica y Argentina



**70%**  
**ARGENTINA**  
3 cadenas

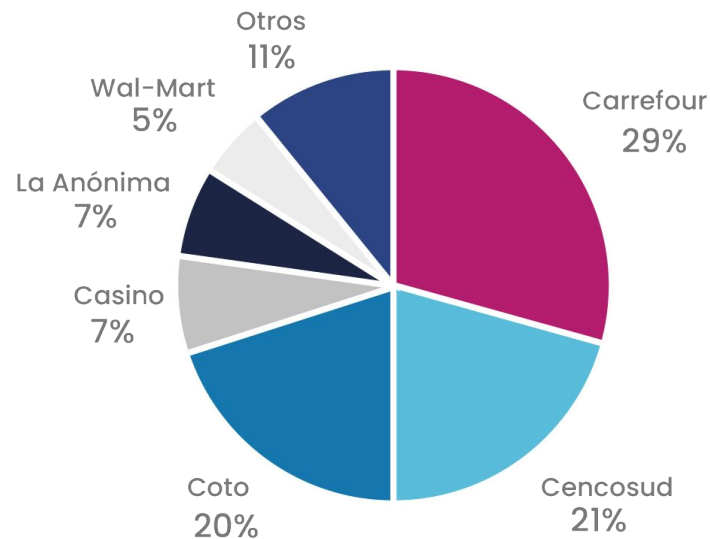
**46%**

**BRASIL**  
5 cadenas

**88%**

**CHILE**  
4 cadenas

Participación en las ventas totales -  
Grandes cadenas por Grupo



Fuente: Elaboración propia en base a FAECyS (2011)

# El mercado de alimentos en Argentina

- **Concentración y extranjerización** de la producción y la comercialización
- Pocas empresas con gran **poder de mercado en la formación de precios**
- Componentes **especulativos** en el precio de los alimentos
- **Elevados márgenes de intermediación** en perjuicio de productores y consumidores
- Sostenido **aumento y dispersión de precios**
- **Escasa integración de pequeños productores** locales en grandes cadenas de supermercados
- **Condiciones desfavorables para la comercialización** de productos elaborados por MiPyMES, cooperativas, la agricultura familiar y la economía popular

# Impacto de las políticas aplicadas durante el período 2015-2019

- **Pobreza en aumento:** 4 de cada 10 argentinos pobres
- 15 millones de argentinos padeciendo **inseguridad alimentaria**
- **La inflación más alta desde 1991**
- Permanente **caída de la producción y el consumo interno**
- **Cierre de empresas** industriales y comerciales
- **Desempleo de dos cifras**

# Propuestas para la inclusión comercial de pequeños productores de alimentos

**GRANDES SUPERFICIES  
COMERCIALES**

Ley de góndolas y precios cuidados

**SUPERMERCADOS  
ESTATALES**

Creación de una **red de productores** a nivel local, regional y federal y fomento al desarrollo de **canales alternativos de comercialización** estatales y de la economía popular

**FERIAS Y MERCADOS  
POPULARES**

**COMPRAS PÚBLICAS**

Prioridad en las compras públicas

**MICROEMPRESAS**

**PYMES**

**COOPERATIVAS**

**AGRICULTURA  
FAMILIAR**

**ECONOMÍA  
POPULAR**

# Objetivos del impulso a canales alternativos de comercialización

## CANASTA BÁSICA

Contribuir a **garantizar el acceso a la canasta básica alimentaria**

Ofertar **alimentos con precios accesibles**

## PRECIOS DE LOS ALIMENTOS

**Disminuir el precio de los alimentos** reduciendo márgenes de intermediación acercando a productores y consumidores.

**Mayor poder de compra para las familias** evitando que el impulso al consumo se erosione por aumentos de precios.

## PEQUEÑOS PRODUCTORES

Fomentar la integración y la **inclusión comercial de productores locales** (microempresas, pymes, cooperativas, agricultores familiares y economía social).

## EMPLEO

Promover el aumento de la producción nacional y la **creación de puestos de trabajo**



# Cambio de escenario respecto a 2015: desafíos y oportunidades de la postpandemia

## CRISIS ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL

Necesidad de Impulsar el consumo a través de políticas de ingresos para garantizar el acceso a la canasta básica alimentaria

## MAYOR CONCENTRACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

Impulso a canales alternativos de comercialización

## PÉRDIDA DE PODER ADQUISITIVO

Oportunidad para el crecimiento en las ventas de alimentos elaborados por pymes, cooperativas y pequeños productores

## NUEVAS PEQUEÑAS UNIDADES PRODUCTIVAS

Potenciar nuevos actores de la producción de alimentos a nivel local y acompañar su proceso de formalización e inclusión comercial y financiera para promocionar su crecimiento

## MAYORES COSTOS Y MENOR BRECHA ENTRE PRODUCTOR Y CONSUMIDOR

# Desarrollo de canales alternativos de comercialización

- Una política de **alcance federal** de fomento al comercio directo del productor al consumidor
- Incentivo al consumo de alimentos producidos por **pequeños productores**
- **Comercio en red** a través de la coordinación de los intercambios entre regiones de productos de pequeñas producciones locales
- **Ferias, mercados y supermercados de administración estatal o de la economía popular** con autonomía administrativa y financiera
- Contribución a establecer **precios de referencia para los alimentos**