

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina en las ciudades de Santiago del Estero y La Banda, Argentina

Circuitos curtos de comercialização de carne caprina nas cidades de Santiago del Estero e La Banda, Argentina

Short commercialization circuits for goat meat of the towns of Santiago del Estero and La Banda, Argentina

Melisa Erro Velázquez

melisaerrovelazquez@gmail.com
UCSE-UNCAUS-CEISO, Argentina
<https://orcid.org/0009-0009-0646-597X>

Maria Celia Vittar

vittar.maria@inta.gob.ar
Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (EEASE INTA), Argentina
<https://orcid.org/0009-0002-0973-8135>

Recibido: 25/03/2025 - Aceptado: 23/10/2025

Resumen: El presente trabajo se propone analizar los circuitos cortos de comercialización (CCC) de carne caprina a partir de indagar sobre las dimensiones de proximidad, autonomía e intermediación en el aglomerado urbano más importante de Santiago del Estero (Argentina) constituido por las localidades de Santiago del Estero y La Banda. La provincia posee el mayor stock de cabezas caprinas y la mayor cantidad de explotaciones productoras según datos del Censo Nacional Agropecuario (2018). Principalmente, esta producción es desarrollada por productores de la Agricultura Familiar Campesina e Indígena. A partir de entrevistas y observación participante se delimitaron cuatro CCC: productor directo a consumidor, mercados municipal y cooperativo, carnicerías, y gastronomía local, donde resulta predominante el circuito directo del productor a consumidor. Estos CCC, que presentan uno o ningún intermediario, conectan zonas urbanas, periurbanas y rurales de la provincia para la provisión de un producto típico como es el cabrito. Los actores que participan en los CCC disponen de diversos niveles de decisión en relación con la construcción de las características generales que los definen.

Palabras clave: Circuitos Cortos de Comercialización, carne caprina, Santiago del Estero.

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo analisar os curtos-circuitos de marketing (CCC) de carne caprina a partir das dimensões de proximidade, autonomia e intermediação no aglomerado urbano mais importante de Santiago del Estero (Argentina) formado pelas cidades Santiago del Estero e La Banda. A província possui o maior stock de cabeças de cabra e o maior número de explorações produtoras segundo dados do Censo Agrícola Nacional (2018). Principalmente, esta produção é desenvolvida por produtores da Agricultura Familiar Camponesa

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

e Indígena. A partir de entrevistas e observação participante, foram delimitados quatro CCC: produtor direto ao consumidor, mercados municipais e cooperativos, açougues e gastronomia local, onde predomina o circuito direto do produtor ao consumidor. Estes CCC, que têm um ou nenhum intermediário, ligam áreas urbanas, periurbanas e rurais da província para o fornecimento de um produto típico como a cabra. Os atores participantes do CCC possuem diferentes níveis de poder decisório em relação à construção das características gerais que os definem.

Palavras chave: curtos-circuitos de marketing, carne caprina, Santiago del Estero.

Abstract: The present work aims to analyze the short commercialization circuits (SCC) of goat meat by exploring the dimensions of proximity, autonomy, and intermediation in the most important urban agglomeration of Santiago del Estero (Argentina), which is composed of the towns of Santiago del Estero and La Banda. The province has the largest stock of goat and the largest number of producing farms according to data from the National Agricultural Census (2018). Mainly, this production is developed by producers of Peasant and Indigenous Family Agriculture. Four CCC were identified based on interviews and participant observation: direct producer to consumer, municipal and cooperative markets, butcher shops, and local gastronomy. The direct circuit from producer to consumer is predominant. These CCC, which have one or no intermediaries, connect urban, peri-urban and rural areas of the province for the provision of a typical product such as goat. The actors participating in the CCC have various levels of decision in relation to the construction of the general characteristics that define them.

Keywords: short commercialization circuits, goat meat, Santiago del Estero.

Introducción

La producción de carne caprina en la provincia de Santiago del Estero es desarrollada principalmente por productores de la Agricultura Familiar, Campesina e Indígena (AFCI), y tiene como destino tanto el consumo familiar como la comercialización. A nivel nacional, según datos del Censo Nacional Agropecuario (CNA) del año 2018 constituye la provincia que registra la mayor cantidad de cabezas (20% del stock) y de explotaciones agropecuarias (EAP) con caprinos (26%) (INDEC, 2021).

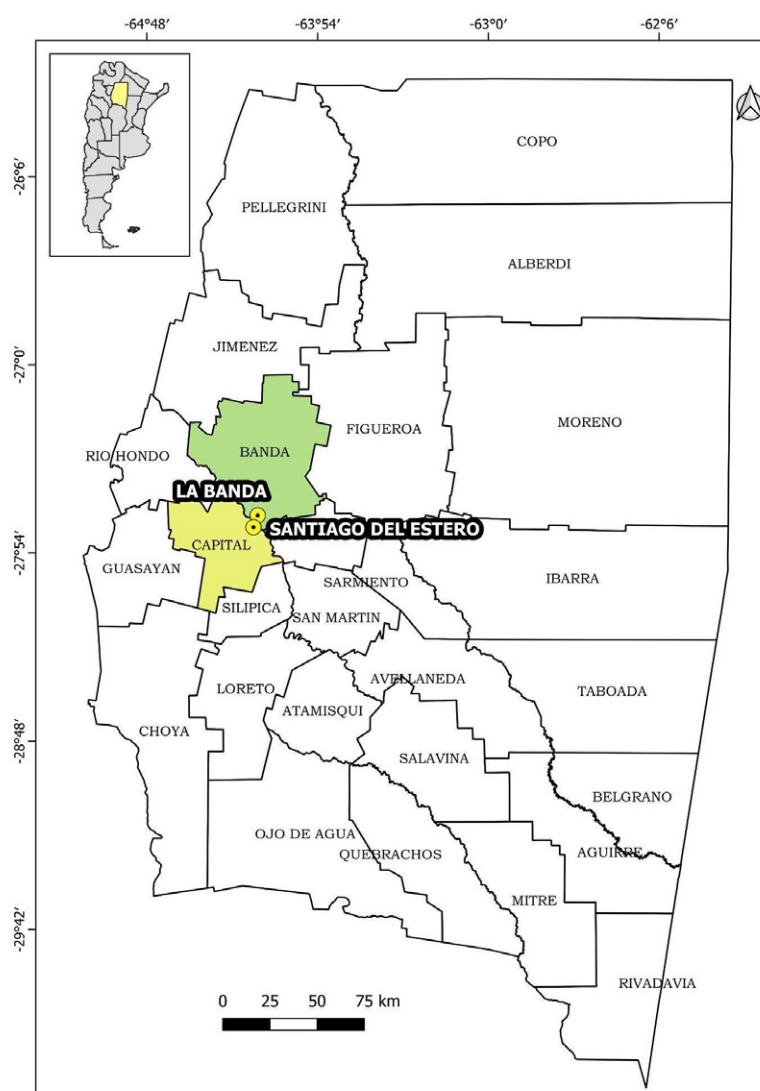
En términos comerciales, a pesar de la relevancia de la actividad para la provincia, no se registran estudios recientes sobre circuitos de comercialización de carne caprina producida por la AFCI en zonas urbanas, y tampoco se dispone de información precisa (pública y privada) para identificar y caracterizar estos circuitos. La AFCI de Santiago del Estero se inserta de manera asimétrica y con distintas dificultades en los mercados provinciales de carne caprina, que se caracterizan por una alta informalidad productiva, comercial, sanitaria e impositiva (Álvarez, 1997; Valenti, 2002; Erro Velázquez, 2019). En este sentido, es posible señalar que estos circuitos comerciales vinculados con la provisión de carne caprina constituyen estrategias del sector que representan respuestas alternativas o “contra-respuestas” (Viteri, Moricz y Dumrauf, 2019, p. 18) a los canales comerciales organizados a partir de lógicas mercantiles y de acumulación de ganancias, gestionados por intermediarios que definen las diversas variables del

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

intercambio (compran en los predios de la AFCI grandes volúmenes, fijan precio y abonan al barrer -sin distinguir calidad y peso-, venden animales vivos a frigoríficos, y faenados a restaurantes y/o comercios minoristas).

En este marco, el presente trabajo se propone analizar los circuitos cortos de comercialización (CCC) de carne caprina a partir de las dimensiones de proximidad, autonomía e intermediación en el aglomerado urbano más importante de Santiago del Estero constituido por las localidades de Santiago del Estero y La Banda (Figura 1).

Figura 1. Provincia de Santiago del Estero. Ciudades cabeceras: Santiago del Estero (departamento Capital) y La Banda (departamento Banda).



Fuente: elaboración de Gabriela Barraza - Estación Experimental Santiago del Estero - INTA. 2025.

Para abordar este objetivo se realizaron entrevistas semi-estructuradas a los agentes clave identificados previamente; así como también observación en carnicerías y

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

mercados. Se entrevistaron a responsables de comercios, puesteros de mercados locales, intermediarios de la producción caprina, entre otros sujetos sociales vinculados con la actividad. Además, se analizó información estadística de los CNA 2002 y 2018 para problematizar la producción y comercialización en el contexto provincial.

Se identificaron cuatro CCC para la comercialización de carne caprina de la AFCl, productor directo a consumidor, mercados municipal y cooperativo, carnicerías, y gastronomía local. Entre ellos resulta predominante el circuito directo del productor hasta el consumidor. Estos circuitos presentan uno o ningún intermediario, a la vez que conectan zonas urbanas, periurbanas y rurales de la provincia, tanto geográfica como culturalmente.

Este estudio se estructura de la siguiente manera. En la primera parte se desarrollan los conceptos que guiaron el análisis. En la segunda se describe la estrategia metodológica aplicada. En tercer lugar, se exponen los resultados del trabajo de campo. Para finalizar, se analiza la importancia de los CCC de la carne caprina identificados.

1. Herramientas teóricas y metodológicas para el estudio de los CCC

Diversos autores han abordado el análisis del sector caprino provincial profundizando tanto en aspectos productivos (Álvarez, 1997; Paz, 2002; Contreras, 2016), como de mercado (Valenti, 2002; Erro Velazquez, 2019). En sus estudios coinciden en señalar que la producción caprina en general y la de carne en particular, constituye una actividad desarrollada primordialmente por la AFCl. Es por ello que abordar el análisis de los CCC de la carne caprina producida por este sector requiere hacer una referencia a las dimensiones conceptuales que caracterizan a estos productores de caprinos.

La definición de AFCl que predomina en los ámbitos institucionales¹ tiene sus raíces en la generada en 2006 desde el Foro Nacional de la Agricultura Familiar -FONAF- (Craviotti, 2014). La misma plantea que la AFCl es:

Una forma de vida y una cuestión cultural, que tiene como principal objetivo la reproducción social de la familia en condiciones dignas, donde la gestión de la unidad productiva y las inversiones en ella realizadas es hecha por individuos que mantienen entre sí lazos de familia, la mayor parte del trabajo es aportada por los miembros de la familia, la propiedad de los medios de producción (aunque no siempre la tierra) pertenece a la familia, y es en su interior que se realiza la transmisión de valores, prácticas y experiencias. (FONAF, 2006, p. 9)

Los estudios provinciales mencionados al principio de esta sección, agregan a esta definición aspectos como la escala reducida de producción, la tenencia precaria de la tierra (sin títulos de propiedad), el carácter parcialmente mercantil de la producción,

1 Predominante al momento de realización del relevamiento de información (año 2023).

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

y la pluriactividad del sistema². A su vez, la actividad caprina se inserta en predios ganaderos “multiespecies” a partir de la combinación de caprinos, porcinos y ovinos (Paz, de Dios y Gutiérrez, 2014). Con relación a la escala reducida, cabe señalar que de acuerdo a datos del CNA 2018, el 96% de las EAP con caprinos de la provincia posee menos de 200 cabezas y concentran alrededor del 80% del stock.

La producción y comercialización caprina se asocia con un saber-hacer local, constituido por prácticas que poseen anclaje territorial y se encuentran basadas en conocimientos y habilidades de las comunidades rurales. La actividad se caracteriza por formas de producción extensiva, a campo, con baja incorporación de insumos externos, donde el aprovechamiento del producto es tanto el consumo como la comercialización y consumo, en el ámbito familiar, en festividades, y en menor medida en espacios públicos (parrillas, hoteles, etc.).

La AFCI de Santiago del Estero se inserta de manera asimétrica y con distintas dificultades en los mercados provinciales de carne caprina, que se definen de acuerdo a las características socio-productivas y comerciales de cada región. En términos generales, la principal plaza comercial se encuentra en la localidad de Termas de Río Hondo. Si bien no se dispone de datos actualizados para delimitar el mercado provincial se lo suele caracterizar por la ausencia de precios de referencia, de productos tipificados y por una elevada informalidad productiva, comercial, sanitaria e impositiva.

En los procesos comerciales suelen participar diversos agentes. Entre aquellos vinculados a la mayor plaza de mercado provincial se destacan los cabriteros e intermediarios, quienes recolectan caprinos de los predios de los productores, los acopian y trasladan a frigoríficos o centros de consumo (principalmente Termas de Río Hondo y Córdoba)³. Mayormente, estos agentes comerciales fijan precios para un conjunto de animales sin distinción de calidad o peso (es decir, pagan un precio “al barrer”) y el poder de negociación depende de las características de la producción, las alternativas de comercialización, la localización de las EAP, el momento del año, las necesidades de venta del productor, entre otros aspectos.

Por lo tanto, las particularidades de la comercialización de caprinos se explican por las características productivas prediales y por la interacción entre agentes comerciales y productores, aun cuando esto ocurra de forma subordinada (Álvarez, 1997; Valenti, 2002; Erro Velázquez, 2019). En este sentido, un aspecto clave al abordar las relaciones

2 Si bien no es el objetivo de este trabajo analizar a la AFCI de Santiago del Estero, es válido mencionar que este sujeto social en los últimos años atraviesa los embates del avance de la frontera agropecuaria, lo que impacta sobre la posesión de tierras (de Dios, 2002), las condiciones de producción (Paz y Jara, 2020) y de vida de la población (Neiman y Blanco, 2021). A su vez, las características de la AFCI provincial podrían relacionarse con procesos más generales que delimitan el sector a nivel nacional. Los primeros años del siglo XXI mostraron una reducción de las EAP y una vinculación de las que continuaron en la producción con grandes cadenas industriales cada vez más concentradas a partir de productos con baja diferenciación y en condiciones asimétricas (Rossi y León, 2004). Más recientemente se observa el desarrollo de nuevas formas de abastecimiento de alimentos y la conformación de redes solidarias que complejizan el entramado productivo y comercial en el que participa la AFCI (Fingermann et al., 2023).

3 La industrialización de la actividad caprina se encuentra escasamente desarrollada en la provincia, lo que se evidencia en la ausencia de mataderos municipales habilitados. No obstante, existen dos frigoríficos de categoría “A” (con tránsito federal) en el Sur y Suroeste de la provincia. El primero de gestión privada que se vincula con distintos agentes comerciales para su abastecimiento, dentro y fuera de la provincia. El segundo está gestionado por una Comisión Municipal y el volumen de faena anual es reducido, de acuerdo a datos provistos por SENASA para el año 2022.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

comerciales se asocia a la distribución de los beneficios. Dadas las asimetrías de poder y la convivencia en los mercados de distintas lógicas que organizan las prácticas de los sujetos sociales, es posible evidenciar que algunos de ellos -como los productores de la AFCI- desarrollan estrategias como contra-respuestas a las dificultades que enfrentan (Viteri, Moricz y Dumrauf, 2019). En este marco, es posible observar cómo los sujetos que se analizan en este trabajo desarrollan CCC.

De manera general, los CCC se definen como una forma de comercio de productos frescos o procesados, basada en la venta directa, en la que se busca minimizar la distancia geográfica y económica entre productores y consumidores en un territorio dado (CEPAL, 2014; Rodrigues, 2016). De este modo, los consumidores obtienen productos locales, auténticos, y de estación, mientras que los productores familiares y/o locales consiguen mayor valor por la producción, reducen costos (transporte, embalaje, entre otros) y crean valor a partir de activos inmateriales (marcas, anclaje territorial, autenticidad, lazo social). Rodrigues (2016) señala como otra variante de CCC a la venta indirecta con un número reducido de intermediarios.

Existe cierto consenso en la literatura (Caracciolo, 2012; López García, 2012; Ranaboldo y Arosio, 2016; Andrieu y Brignardello, 2020) en relación con que las principales características de los CCC se vinculan con dos elementos: la disminución de la intermediación (hasta un intermediario (Burín, 2018), y la proximidad que ha sido abordada en términos geográficos, sociales y culturales. Caracciolo (2012) y López García (2012) suman como un tercer elemento a la autonomía, al considerar que son espacios económicos donde los agentes de producción y consumo mantienen un alto poder de decisión acerca de la definición de qué y cómo se produce, y a qué valor.

Es importante analizar las características de la relación entre actores en los CCC, de modo que responda a profundizar lazos de solidaridad entre los actores y la distribución del beneficio económico y social entre los mismos. Como contraejemplo, la gran distribución comercial supone un único intermediario para comercializar un gran número de productos en los súper e hipermercados, canal que se caracteriza por la apropiación de la mayor parte del valor añadido material y simbólico, y la concentración del poder de negociación frente a productores y consumidores (López García, 2012; Craviotti y Soleno Wilches, 2015; Viteri, Moricz y Dumrauf, 2019). Las interacciones sociales entre compradores y vendedores generan redes de intercambio de conocimiento, información e imaginarios que van más allá del precio establecido. Estas variables son las que se ponen en juego en el momento de la compra y venta de los productos regionales.

En este marco, la provisión de carne caprina en Santiago del Estero puede ser abordada desde los CCC como una forma alternativa a los circuitos de comercialización recién ejemplificados a partir de considerar que en ellos tienen lugar transacciones coordinadas entre productores y consumidores que se adecúan a sus posibilidades. Los circuitos identificados se definen por una diversidad de prácticas y características y en todos los casos se desarrollan a partir de una provisión de cercanía geográfica sin intermediación o con un número reducido de intermediarios.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

1.1 Metodología

Este es un estudio exploratorio acerca de las características de los CCC de la carne caprina en Santiago del Estero, enfocado en el aglomerado urbano constituido por las localidades de Santiago del Estero y La Banda (cabeceras de los departamentos Capital y Banda, respectivamente). Dado que interesa indagar en las condiciones de abastecimiento en áreas urbanas se optó por analizar el aglomerado urbano más poblado de la provincia. La estrategia de esta investigación combinó y complementó herramientas cualitativas (entrevistas personales semiestructuradas y observación) y cuantitativas (revisión estadística), con el fin de enriquecer el análisis y comprender los fenómenos en sus diferentes manifestaciones (Vasilachis de Gialdino, 1992; Piovani, 2018).

Se utilizaron fuentes secundarias, principalmente el CNA 2002 y 2018, para analizar, a nivel provincial y departamentos Capital y Banda, variables productivas como cantidad de EAP con caprinos y cantidad de cabezas, comerciales como EAP por orientaciones productivas con ganado caprino (comercial o consumo), EAP que comercializan carne caprina, y canal comercial de la primera venta de ganado en pie.

Para analizar los circuitos se realizaron veintidós entrevistas semi-estructuradas durante los meses mayo a julio del año 2022. En particular, se entrevistó a cuatro carniceros, cuatro puesteros de mercados y dos responsables administrativos, siete propietarios de locales gastronómicos, y cinco productores caprinos. El número de entrevistas fue definido por el criterio de saturación, a partir del cual el aporte de información y perspectivas de análisis mediante nuevas entrevistas resulta muy reducido. Se buscó abordar aspectos relacionados con los principales productos caprinos comercializados en los CCC, forma y presentación, localización de los productores y consumidores, vínculos entre los actores, modalidades de venta y consumo, y características de la negociación entre las partes. Cabe destacar que en los recortes introducidos en el texto fueron modificados los nombres de los entrevistados para mantener el anonimato.

Finalmente, durante el mes de agosto de 2022 se realizó la observación de dos puestos de venta en mercados locales y de tres carnicerías de las ciudades de Santiago del Estero y La Banda, durante la mañana en horario y días de la semana de mayor concurrencia de consumidores (según datos de brindados por responsables administrativos y de gestión de los mercados) con el fin de corroborar y complementar la información obtenida a partir de las entrevistas. Las variables de interés fueron las características de los consumidores (edad, género), los productos demandados, las preguntas que realizan, y los aspectos que mencionan del producto.

2. Carne caprina de la AFCI y CCC

En este apartado se analizan los CCC de la carne caprina de la AFCI identificados en las ciudades de Santiago del Estero y La Banda. En primer lugar, se caracteriza en forma breve -mediante información de los CNA 2002 y 2018- el contexto productivo y comercial de la carne caprina a nivel provincial y departamental con el fin de describir aspectos que definen a la actividad caprina y la conformación de los CCC. En segundo lugar, se analizan las principales características de los CCC.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

2.1 Producción y comercialización de carne caprina a partir de CNA

Según el CNA 2018, en Santiago del Estero se registró el mayor número de EAP con caprinos (26%) y cabezas (20%) del país. Esta ganadería se encuentra difundida y dispersa en todos los departamentos. Vittar y Erro Velázquez (2021) abordaron algunas tendencias censales sobre la ganadería en la provincia con énfasis en el sector caprino, y destacaron dos aspectos que condicionan la producción. En primer lugar, el análisis intercensal 2002-2018 muestra a nivel provincial una disminución del 37% de las EAP y del 26% de las cabezas, acompañado por un incremento del tamaño promedio de stock de cada explotación (aspecto que se evidencia para las diversas categorías ganaderas y que podría indicar una concentración de stocks⁴). En segundo lugar, los departamentos Capital y Banda muestran reducciones muy por encima de la media provincial en dichas variables, de alrededor de un 40% (EAP) y un 60% (stock). Para el CNA 2018, ambos departamentos representan el 6% de las EAP con caprinos provinciales y el 5% del stock. En principio, estos datos podrían indicar una tendencia a la reducción de los mercados y una menor participación de la ganadería caprina en la producción provincial.

Respecto a la comercialización, ambos censos ofrecen limitados elementos para identificar y caracterizar los CCC dado que indagan de manera general sobre canales utilizados para la primera venta en pie, y solo el CNA 2018 recaba información acerca del tipo de orientación productiva (comercial o autoconsumo). La comparación intercensal del número de EAP que comercializan caprinos en pie (Cuadro 1) muestra una reducción en las mismas de más del 50%, la que se ve reflejada en distintas proporciones en cada canal comercial relevado. A los fines del análisis es necesario hacer algunas aclaraciones. En primer lugar, no se dispone de las cantidades totales de cabezas en pie comercializadas para analizar la relación entre EAP y volumen de ventas, que podría mostrar mayor o menor concentración. En segundo lugar, como se mencionó, la actividad caprina en la provincia de Santiago del Estero es desarrollada casi exclusivamente por la AFCI, sector que comercializa parte de su producción faenada, dato que el censo deja fuera de registro. En tercer lugar, es importante mencionar que la implementación del censo enfrentó limitaciones en Santiago del Estero, entre ellas una deficiencia en la cobertura geográfica -se relevó un 15% menos de la superficie provincial- (de Dios, Paz y Rossi, 2021), y algunas de las variables relevadas podrían estar subregistradas motivo por el cual se analizan los datos a modo de exponer tendencias.

Hechas estas aclaraciones, si bien los datos que ofrecen los CNA sobre superficies, tamaños de hatos, etc. no se presentan relacionados con la primera venta en pie (lo que impide identificar que productores de la AFCI prefieren cada canal o conjunto de ellos), es posible observar variaciones en las participaciones de los mismos entre censos. La venta en pie a otros productores y a través de canales comerciales sin discriminar aumentó su participación notoriamente, también llama la atención la reducción en la participación de la carnicería. Se podría señalar que se produjo un cambio cualitativo a nivel local en los canales comerciales para la venta en pie.

4 En particular, esta concentración en los stocks se observa por una mayor reducción en la cantidad de EAP que en la cantidad de cabezas. Es decir, los datos muestran que los productores que se mantienen en la producción poseen hatos de mayor tamaño promedio.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

Cuadro 1. Primera venta de ganado en pie, por canal comercial. EAP. Santiago del Estero, CNA 2002-2018*.

Canal comercial	2002	% por canal comercial	2018	% por canal comercial	Var %
Total de EAP que comercializan	11.585		4.075		-65%
Remate feria	11	0.1%	7	0.2%	-36%
Carnicería	3.081	27%	517	13%	-83%
Matarife cabritero	4.089	35%	1.436	35%	-65%
Frigorífico matadero	179	2%	77	2%	-57%
Otros productores	3.260	28%	1.545	38%	-53%
Otros canales	2.602	22%	852	21%	-67%
Sin discriminar	1.983	17%	975	24%	-51%

Fuente: elaboración propia en base a CNA 2002, 2018 (INDEC, 2021)

*Debido a que cada EAP puede comercializar sus productos en más de un canal de comercialización, la sumatoria de las EAP puede exceder el total.

Los datos relevados en el CNA 2018 muestran, a nivel provincial, una participación equilibrada entre EAP con caprinos orientadas a la comercialización y al consumo propio. No obstante, en los departamentos bajo estudio se observa el predominio de EAP que destinan sus hatos exclusivamente para el consumo (Cuadro 2). Con relación a aquellas EAP orientadas a la comercialización, tanto a nivel provincial como de los departamentos Capital y Banda, se destaca la venta de carne de manera exclusiva entre los productos caprinos (98%). El departamento Banda muestra mayor diversidad en cuanto a la oferta de estos productos, el 59% comercializa carne de manera exclusiva y el 41% combina carne con tambo, cuero u otras.

Cuadro 2. EAP con caprinos por destino de la producción. Santiago del Estero, CNA 2018.

Provincia/ Departamento	Total	Orientación productiva comercial		Consumo exclusivo de la EAP		Sin discriminar	
		Subtotal	%	Subtotal	%	Subtotal	%
Santiago del Estero	8.422	4.075	48%	4.331	51%	16	0,19%
Banda	140	44	31%	96	69%	-	-
Capital	404	75	19%	329	81%	-	-

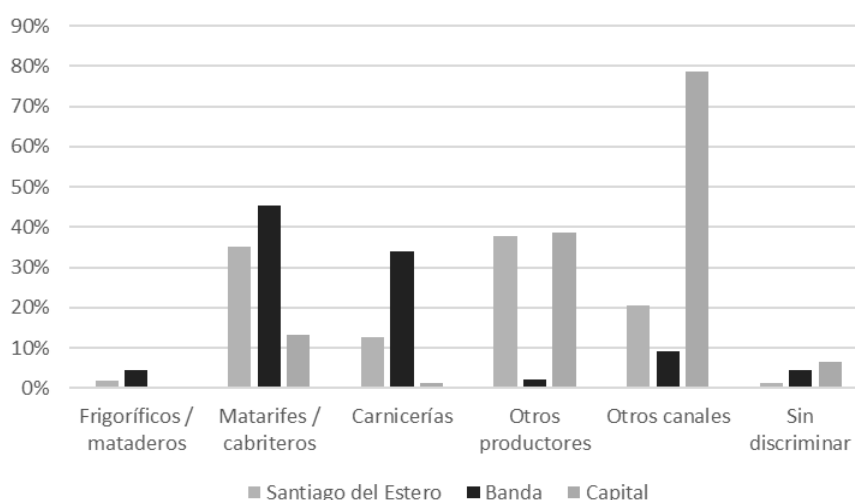
Fuente: elaboración propia en base a CNA 2018 (INDEC, 2021)

En cuanto a los canales, el CNA 2018, a nivel provincial, identifica que el 38% de las EAP realizaron la primera venta en pie a otros productores, el 35% a matarifes cabriteros (intermediarios sin instalaciones de faena), el 21% a otros canales, y el 13% a carnicerías (Figura 2). A nivel departamental, se observa una disparidad con relación a los datos provinciales. En Capital, alrededor del 79% de las EAP vendió animales vivos en otros canales, el 39% a otros productores y el 13% a matarifes cabriteros. Si bien no

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

es posible identificar qué agente participa de “otros canales”, podría considerarse que hace referencia a -entre otros- los consumidores finales de la zona de producción dado que no es considerado como un canal en el relevamiento. En el departamento Banda, el 45% de las EAP hizo su primera venta a matarifes cabriteros, y el 34% a carnicerías. Es decir, estos dos canales muestran una mayor utilización en este aglomerado que en la provincia. Estos datos permiten identificar los canales utilizados por las EAP para la primera venta en pie, pero, como se mencionó, resultan limitados para explicar las características que adopta la comercialización caprina.

Figura 2. Primera venta en pie. EAP por canal de comercialización (en porcentaje). Santiago del Estero. CNA 2018.



Fuente: elaboración propia en base a CNA 2018 (INDEC, 2021).

2.2 CCC de carne caprina en Santiago del Estero y La Banda

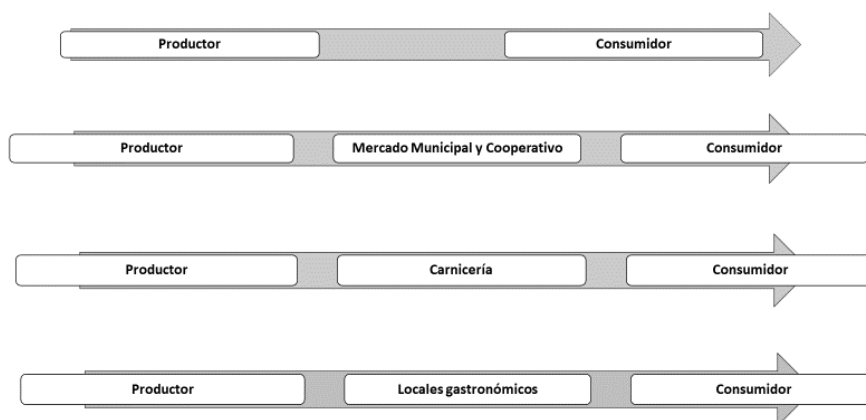
A nivel provincial, diversos autores señalan que la comercialización de carne caprina se desarrolla a través de canales cortos y largos (hasta cuatro agentes), en las cuales participan la AFCEI, mercados municipales, frigoríficos, intermediarios dentro y fuera de la AFCEI, locales gastronómicos, y supermercados (Álvarez, 1997; Valenti, 2002; Erro Velázquez, 2019). Sin embargo, los autores mencionan el número de actores que intervienen en dichos canales sin abordar los mecanismos que los caracterizan.

Además de considerar el número de intermediarios como un elemento clave de los CCC, en este apartado se los analiza a partir de las dimensiones de proximidad y autonomía. Se identificaron cuatro circuitos comerciales que a partir del análisis de dichas dimensiones se constituyen como CCC (Figura 3): productor directo a consumidor, puestos de los Mercados Municipal y Cooperativo, carnicerías, y locales gastronómicos.

En las ciudades de Santiago del Estero y La Banda los canales más utilizados y con mayor frecuencia de compra mensual, son dos de los CCC analizados en este estudio: productor directo a consumidor, y puestos de los Mercados Municipal y Cooperativo (Erro Velázquez y Vittar, 2022).

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

Figura 3. CCC identificados en Santiago del Estero y Banda. 2022.



Fuente: elaboración propia en base a Erro Velázquez y Vittar (2022).

2.2.1 Productor directo a consumidor

La comercialización de carne caprina de manera directa del productor al consumidor está fuertemente ligada al abastecimiento para consumo familiar en el hogar, especialmente con motivo de reuniones de fin de semana, eventos festivos y tradicionales (cumpleaños, fiesta de fin de año, día de la madre, entre otras). Los productores entrevistados señalaron que comercializan caprinos a un número regular y estable de consumidores a lo largo del año, estableciendo vínculos con ellos que disponen información sobre el producto, calidad, procedencia, formas de producción, etc. Así, se constituyen relaciones de proximidad entre productores y consumidores (Burín, 2018) a partir de un contacto personal y la construcción de lazos de confianza que permiten sostener un vínculo comercial a lo largo del tiempo.

El “boca a boca” y las referencias entre consumidores son fundamentales en la promoción de los productos caprinos, dado que de esta manera se genera y difunde información a las personas interesadas en la adquisición de este producto local. En este sentido, dicha referencia expresa la confianza en el producto por parte de quienes lo adquieren. En los últimos años, las redes sociales han permitido incorporar nuevas modalidades de difusión de los productos, así como también agilizar la comunicación entre productores y consumidores.

Si bien la producción caprina en la provincia es generalizada, en las ciudades de Santiago del Estero y La Banda se comercializa carne caprina principalmente proveniente de EAP ubicadas en zonas rurales y periurbanas de los departamentos Capital, Banda y limítrofes, tales como Río Hondo, Loreto, Silípica, Choya, y Figueroa. La entrega del producto se realiza de manera predominante en el domicilio del consumidor, aunque también se observa la entrega en el predio del productor o lugares acordados entre ambas partes. Si bien puede variar según las circunstancias, esta forma de entrega expone los vínculos de proximidad antes mencionados y favorece la autonomía de productores y consumidores, permitiéndoles establecer las condiciones que determinan la transacción de manera más directa y personalizada.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

La provisión directa de productores de localidades rurales y periurbanas a consumidores urbanos es un circuito comercial que históricamente ha permitido el abastecimiento de productos caprinos. Cabe destacar que en este circuito la mayoría de los productos intercambiados provienen de productores individuales, dado que no se registró en el relevamiento urbano la provisión a través de organizaciones de productores relacionadas con esta actividad productiva y comercial. No obstante, la mayor parte de los productores integran organizaciones de la sociedad civil.

A su vez, el desarrollo de este CCC se basa en gran medida en la construcción de lazos de parentesco y solidaridad entre pares. A partir de estos vínculos los productores cubren los baches de oferta que se pudieran presentar por demandas excepcionales, nuevos consumidores, problemas productivos, etc. En particular, en algunos casos los productores que comercializan de manera frecuente suelen referenciar a otros productores cuando no disponen del producto. Existen relaciones entre productores orientadas a abastecer la demanda del cabrito. Además, se observa la participación ocasional de terceras personas, generalmente familiares de los productores que residen en áreas urbanas, quienes distribuyen el producto a los consumidores. Estos elementos favorecen el vínculo entre los actores involucrados y contribuyen al fortalecimiento de este CCC.

Por lo tanto, en este CCC es posible observar la realización de transacciones que benefician en términos sociales y económicos tanto a productores como a consumidores, y que involucran la generación de valores materiales e inmateriales. A su vez, ambas partes ejercen de manera directa el control sobre los términos y condiciones de la transacción. En particular, aspectos como el precio, la calidad del producto, el lugar y método de entrega, así como los términos de pago están sujetos a acuerdo. En este sentido, es importante mencionar que la autonomía en las condiciones en que se desarrolla la transacción permite a los productores y consumidores adaptarse a las necesidades y circunstancias cambiantes del contexto y de este modo tomar decisiones que se alineen mejor con sus intereses específicos.

2.2.2 Mercados Municipal y Cooperativo

Los mercados Municipal y Cooperativo se localizan en zonas céntricas de las ciudades de La Banda –el Mercado Municipal Unión- y Santiago del Estero –Mercado Cooperativo Armonía-. No solo son importantes centros comerciales con más de 400 puestos permanentes que ofrecen gran diversidad de productos alimenticios, textiles, artesanías, entre otros, sino que constituyen espacios emblemáticos para la transmisión de la cultura y del estilo de vida local.

Los mercados son centros de venta históricamente relevantes para la actividad caprina en la provincia, sostienen una oferta permanente de carne principalmente para la población del aglomerado urbano. En este sentido, es importante destacar que los puestos de venta que proveen cabritos poseen reconocimiento social dado que son identificados por consumidores, productores, otros puesteros, y público que asiste regularmente.

Los requisitos para el acceso a un puesto de venta varían de acuerdo con la administración de cada mercado. Sin embargo, en ambos casos, los responsables de los puestos,

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

conocidos como puesteros, deben garantizar el cumplimiento de las condiciones bromatológicas y el pago de una cuota mensual.⁵

En el relevamiento realizado se identificaron cuatro puestos de venta permanentes en ambos mercados que ofrecen productos de origen caprino a consumidores finales, y dos temporales cuya presencia coincide con los momentos de mayor zafra de cabritos y mayor demanda de este tipo de carne. Además, se observó la ausencia de carteles o referencias a los productos y/o puestos de venta de caprinos.

Los puesteros se vinculan a la comercialización caprina a partir de una arraigada tradición familiar, ligada a la herencia y experiencia transmitida de generación en generación, ya que sus padres y abuelos comercializaban estos productos en los mismos mercados.

Si bien los puesteros ofrecen diversos productos provenientes de la AFCEI, el producto principal para la venta es la carne caprina, mientras que la chanfaina es otro producto tradicional altamente solicitado, y que se ofrece casi de manera exclusiva en los mercados⁶. En este sentido una puestera señala:

El cabrito es [el producto] ideal, lo que más buscan es uno que pesa en promedio 5 kilos, no más grandes. Los cabritos se compran para el agasajo o para los festejos, más que nada para el día del padre o el día de la madre. Mientras que la chanfaina es para el día a día. (Entrevista Nancy Morales, puestera, 23/06/2022).

La modalidad de venta del cabrito es por pieza completa o mitad, en los casos en que se ofrecen piezas de mayor tamaño es posible que se comercialicen por cuartos o por kilogramos. Por su parte la chanfaina se ofrece por kilogramo, se exhibe refrigerada en dos fuentes, una con vísceras y otra con una preparación de sangre y menudencias.

Un aspecto a destacar es que los productos caprinos no se ofrecen regularmente en los locales gastronómicos ubicados en los mercados. De manera eventual se ofrece chanfaina. Esto permite suponer que el consumo tiene lugar principalmente en los hogares, al igual que en el circuito anterior.

Las formas de producción tradicionales en la provincia presentan una marcada estacionalidad (Paz, 2002), que se refleja en la comercialización y el consumo de la carne caprina. Los meses de mayor venta son entre abril y julio, y desde mediados de octubre a principios de enero. Durante el resto del año, las ventas se concentran principalmente los viernes y sábados, así como durante festividades, vacaciones y feriados largos. En estos períodos, los mercados son visitados por un importante número de turistas y familiares radicados en otras provincias, que llegan en busca de productos regionales, como el “cabrito santiagueño” o “chivito santiagueño”.

5 Las oficinas de Calidad de Vida municipal y bromatología fiscalizan los aspectos sanitarios de los puestos. Al mismo tiempo, inferimos que reconocen de algún modo el rol que cumplen estos puestos de venta con larga tradición, en relación con la provisión de este alimento, la generación de trabajo y la importancia de su presencia en ambas instituciones desde lo económico, cultural, simbólico y turístico.

6 Comida tradicional que se elabora a partir de sangre y menudos del cabrito.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

Si bien no se dispone de datos que permitan cuantificar los volúmenes de comercialización de los diversos CCC, en el caso de los mercados se pudo estimar la demanda a partir de las entrevistas. El promedio anual de ventas en cada mercado (para el año 2022) asciende a 600 cabritos, según datos brindados por los puesteros. En todos los casos, los puesteros coinciden en que la demanda tendría una tendencia decreciente en las últimas dos décadas. Una puestera sostiene que hace 15 años aproximadamente:

Antes se vendían unos 15 animales por día y ahí se podía vivir de esto, más de una familia podía vivir de la actividad. En ese momento eran muchos puestos los que vendían, todo el sector de comidas era de puestos con cabritos. Ahora solo hay uno permanente y dos más cuando hay mucho cabrito [...] Hace 5 años aproximadamente se vendían unos 50 por semana. (Entrevista Nancy Morales, puestera, 23/06/2022)

Los puesteros se abastecen únicamente de los productos caprinos mediante la compra directa y exclusiva a productores de diferentes zonas de la provincia. Por un lado, los puesteros del Mercado Unión se vinculan con productores de los departamentos Figueroa, Moreno y Alberdi (localizados hacia el noreste de la provincia y con distancias de hasta 200 km desde la localidad de La Banda). Por otro lado, los puesteros del Mercado Armonía recorren la zona sur del departamento Capital, y los departamentos de Silípica y Loreto (aproximadamente recorren entre 100 y 150 km desde la ciudad Santiago del Estero).

En las mencionadas zonas de producción, también se observa la presencia de otros intermediarios (Bendini y Tsakoumagkos, 1993; Saal, Barrientos y Ferrer, 1998; Erro Velázquez, 2019), principalmente de Termas de Río Hondo y Córdoba. Por las características de los circuitos comerciales en los que participan, estos intermediarios compran grandes volúmenes, abonan al barrer, y venden animales vivos a frigoríficos, y faenados a restaurantes y/o comercios minoristas. Más allá de ser intermediarios y compartir el espacio geográfico de provisión, los puesteros muestran algunas diferencias en las prácticas de compra y vinculación con los productores. En ambos casos suelen ofrecer diversos bienes de consumo a los productores⁷, pero los puesteros se diferencian porque generalmente adquieren animales en pie seleccionados y pagan al contado por kilogramo vivo (no al barrer). De manera eventual, los productores se acercan a los puestos de venta en los mercados para ofrecer cabritos faenados y chanfaina, transacción que involucra un número reducido de animales.

Los puesteros son los únicos intermediarios entre productores y consumidores finales, y de manera excepcional se identifican ventas a locales gastronómicos. En la transacción directa entre puesteros y consumidores se observan vínculos de proximidad, a partir de una provisión regular a lo largo del año de un producto santiagueño, donde los diversos actores del CCC pueden acceder a la información sobre el origen y las condiciones de producción y comercialización. Por su parte, aun cuando el precio se presenta como la variable de mayor desencuentro entre productores y puesteros, la negociación entre partes expone una necesidad de sostener la articulación comercial.

7 Eventualmente, los puesteros ofrecen bienes para la producción; por ejemplo, servicios para la mejora de la majada como la provisión de cabritos seleccionados por raza para reproductores a cambio de cabritos para faena.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

2.2.3 Carnicerías familiares

Las carnicerías identificadas como oferentes de carne caprina son reducidas en número. Se localizan en zonas alejadas del centro de Santiago del Estero y La Banda (donde se encuentran los mercados municipal y cooperativo), particularmente en barrios y en zonas periféricas de acceso a ambas ciudades. De manera predominante, estos comercios constituyen organizaciones familiares. En particular, no se identificó la oferta de productos caprinos en las cadenas de carnicerías ubicadas en dichas ciudades. En general, los cabritos se promocionan mediante cartelería en sus vidrieras y/o en el exterior del local, así como también mediante “boca en boca”. Es posible señalar que estos medios de promoción del producto caprino presentan importantes limitaciones en relación con la visibilización del mismo en el local por parte de los consumidores.

En todos los casos la carne vacuna es el principal producto comercial, donde cabritos y lechones se ofrecen de manera eventual. A su vez, se comercializa casi exclusivamente el cabrito mamón refrigerado, en piezas completas o por mitades que se exhiben en heladeras. Estos comercios son identificados por los clientes del barrio y/o zona donde se ubican y en muchos casos son los mismos compradores quienes contactan al comerciante para encargar el producto. Desde la mirada del comerciante, la venta se define por la disponibilidad del producto y los momentos de mayor demanda que, en general, coincide con las festividades. Por ende, en este CCC, a diferencia de los mercados, la oferta de productos caprinos es irregular a lo largo del año; incluso, en algunos casos no venden todos los años.

Estos locales comerciales familiares constituyen los únicos intermediarios entre productores y consumidores. En general, los comerciantes se vinculan directamente con los productores para el abastecimiento del producto, ya sea porque el productor llega al local comercial o porque los comerciantes visitan a los productores (localizados principalmente en los departamentos Capital, Banda, y limítrofes). Entre comerciante y productor se observó la existencia de vínculos de confianza y trayectoria de venta que posibilita la disponibilidad del producto en los momentos de mayor demanda. Los volúmenes comercializados son reducidos y el precio se negocia entre el comerciante y el productor.

En suma, si bien este CCC presenta similitudes con los mercados municipal y cooperativo en relación con el número de agentes que lo conforman y las modalidades de presentación del producto, muestra diferencias principalmente en cuanto a su especificidad, la regularidad de oferta y su localización.

2.2.4 Gastronomía local

En términos generales en este trabajo se entiende por “locales gastronómicos” a los espacios comerciales que ofrecen productos caprinos en diversas elaboraciones para ser consumidos en sus instalaciones que, en general, son atendidos por sus propios dueños. A los fines de este análisis se los diferencia entre “no gourmet” y “gourmet”. En las ciudades de Santiago del Estero y La Banda ambos tipos de locales se encuentran dispersos en el centro, barrios y zonas periféricas; es decir, no se localizan de manera concentrada o referenciada por zona.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

En el caso de los locales “no gourmet”, ofrecen una limitada variedad de platos elaborados a partir del “cabrito mamón”, principalmente asado (al horno, en parrilla, o estaca) y cazuela, que se incorporan en la carta de manera irregular durante la temporada alta de turismo⁸ o cuando resulta abundante la oferta del producto. Si bien estos platos son tradicionales para la cultura santiagueña y en la gastronomía local se considera al cabrito como un producto típico y reconocido a nivel nacional, no todos los locales con gastronomía regional lo ofrecen.

En relación con los locales de tipo “gourmet”, los empresarios gastronómicos no solo adquieren el “cabrito mamón” completo, con vísceras y cabeza, sino también animales de mayor categoría (capones) por cortes. Estos locales ofrecen gran diversidad de platos que resultan innovadores en su presentación a partir de un aprovechamiento integral del producto, por ejemplo, paté de hígado o como relleno de pastas.

En ambos casos, la presentación y la oferta de platos con carne caprina se orientan predominantemente a turistas, ya que la población local representa una reducida proporción de consumidores. Así, resulta recurrente entre los entrevistados la siguiente afirmación: “Se le vende más al turista que al cliente común [residentes]” (Entrevista a Raúl Garay, gastronómico, 05/05/2022). En los locales gastronómicos, mayormente, los consumidores residentes eligen preparaciones específicas como guisados, cazuelas o platos gourmet.

Los comercios gastronómicos reconocidos a nivel local por incorporar el producto en su carta están en comunicación frecuente con los hoteles de la zona, ya que a partir de las demandas que reciben de los turistas consultan sobre la disponibilidad del cabrito y realizan las reservas para sus huéspedes. De este modo, se desarrolla una promoción de “boca en boca” que suelen acompañar con cartelera exterior y con cocina a la vista. En general, para la promoción a los turistas se denomina a este producto como “chivito” en lugar de “cabrito”, dado que los comerciantes sostienen que la mejor estrategia comercial para este público es identificarlo de la manera en la que ellos lo reconocen.

En general, estos locales constituyen el único intermediario entre productores y consumidores y ofrecen el producto en presentaciones que, incluso siendo innovadoras, representan formas típicas de consumo local. En su mayoría identifican como proveedores a productores con los que se contactan de manera regular y que se localizan en cercanías a Capital y Banda, pero también en los departamentos Figueroa, Ojo de Agua, y Juan Felipe Ibarra⁹. De esta manera se establece un vínculo que en algunos casos se traduce en la solicitud de incorporación de mejoras en la producción para obtener características diferenciales en el producto que se transmitan en sus elaboraciones y presentaciones. Si bien los referentes de los locales manifiestan que el acceso a productos caprinos puede presentar limitaciones de calidad y cantidad, deciden incorporarlo en su carta porque lo consideran un producto que fortalece su oferta gastronómica. Además, la baja capacidad de acopio de los locales -que por normativa deben refrigerar

⁸ De acuerdo a datos estadísticos provistos por INDEC para el año 2022, los meses con mayor porcentaje de ocupación de habitaciones y ocupación de plazas son abril, julio agosto y septiembre.

⁹ En cuanto a los frigoríficos, solo uno de los entrevistados reconoce a los dos habilitados en la provincia y no han logrado concretar compras de manera regular. El frigorífico Comisión Municipal de Lavalle prácticamente no ha sido identificado por los comerciantes entrevistados.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

de manera separada las distintas variedades de carne- constituye una limitante a la oferta regular del producto.

Los referentes de los locales destacan que en los últimos años la tendencia en el consumo resulta constante. En una parrilla (categoría no gourmet) conocida por su regularidad en ofrecer el producto de manera asada, la entrevistada estima que el consumo anual de cabritos es de aproximadamente 420 kg; mientras que una parrilla con oferta eventual utiliza un promedio de 70 kg por año. Por otro lado, un comercio gourmet estima un promedio de 100 kg anuales para cortes de animales de mayor peso. El rendimiento en porciones de un cabrito varía de acuerdo con el tipo de elaboración que se realice entre 6 y 16 porciones, siendo mayor este número en los locales gourmet porque tienden a realizar un aprovechamiento integral del producto que les permite ofrecer variedad de platos. Esto representa una innovación en la oferta de un producto cuya modalidad predominante de consumo es tradicional.

Por lo tanto, se considera a estos locales como un CCC porque además de transmitir la cultura local a los turistas a partir de ofrecer un producto reconocido, en la mayor parte de los casos los comerciantes adquieren los cabritos de manera directa de los productores.

2.3 Análisis comparativo entre los CCC de carne caprina

Los cuatro circuitos identificados y caracterizados en el análisis de la provisión de carne caprina en el aglomerado urbano más grande de la provincia presentan uno o ningún intermediario entre productores y consumidores. Es decir, a partir del grado de intermediación -en términos de Burín (2018)- se consideran CCC. A su vez, el análisis realizado permite identificar otras características a partir de las cuales considerar a estos circuitos como CCC.

En todos los casos los productores primarios que abastecen a los CCC se localizan a no más de 250 km de las áreas de consumo. Desde una perspectiva geográfica esta distancia debe ser interpretada considerando la superficie provincial que abarca 136.351 km². Además, el Cuadro 3 muestra otras características que delimitan a los CCC. En particular, el cabrito mamón es el producto principal, y -cuando no se encuentra disponible- los Mercados y los locales gastronómicos suelen incluir otras categorías caprinas o subproductos. La modalidad de venta predominante es la unidad de cabrito en fresco, seguida por el producto congelado cuando el cliente lo demanda para diferir el consumo o trasladarlo.

Dado que la AFCI desarrolla la actividad caprina de manera generalizada a campo con pastura natural y reducida suplementación, los productos caprinos, en particular el cabrito mamón, es altamente estacional, lo que se refleja en la irregularidad de la oferta. No obstante, los circuitos del productor a consumidor y Mercados Municipal y Cooperativo desarrollan estrategias comerciales que permiten ofrecer con mayor regularidad estos productos. Los primeros se vinculan con otros productores para cubrir baches de oferta. Los segundos mantienen comunicación permanente con un amplio grupo de productores de diversos departamentos limítrofes de la provincia y disponen de tecnología para conservar el producto refrigerado. Dichas estrategias pueden asociarse

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

a que los productos caprinos son el principal elemento comercial en la conformación de ambos CCC, a diferencia de las carnicerías y los locales gastronómicos.

Cuadro 3. Características que adoptan los CCC de carne caprina.

Variables	Producto	Modalidad de presentación	Tipo de comidas	Tipo de oferta	Destino predominante del consumo	Departamento de provisión
Tipo de CCC						
Productor directo a consumidores	Cabrito mamón entre 5 y 7 kg.	Unidad y media unidad, faenado fresco y congelado por pedido del consumidor.	Asado al horno y parrilla	Estacional	Familiar y del hogar para fiestas de fin de año y festividades tradicionales	
	Cabrito mamón entre 5 y 7 kg.	Unidad y media unidad, faenado fresco y congelado por pedido del consumidor	Asado al horno y parrilla	Estacional	Familiar y del hogar para fiestas de fin de año y festividades tradicionales	
	Chanfaina (único comercio que ofrece)	Peso (por kg)	Guisos, estofados	Estacional	Familiar y del hogar regular	Zonas rurales de Capital, Banda, Loreto, Atamisqui, Río Hondo, Guasayan
Mercados municipal y cooperativo	Cabrillas y cabras de refugo	Cortes por peso	Asado, guisos, salsas, cazuelas, entre otros	Estacional	Familiar y del hogar regular	
	Cabrito mamón entre 5 y 7 kg.	Unidad y media unidad, faenado fresco y congelado por pedido del consumidor	Asado al horno y parrilla	Estacional	Familiar y del hogar para fiestas de fin de año y festividades tradicionales	
	Cabrito mamón entre 5 y 7 kg.	Porción	Asado al horno y a la estaca	Estacional	Turístico	Zonas rurales de Capital, Banda, Loreto, Atamisqui, Río Hondo, Guasayan
Carnicerías	Cabrito mamón entre 5 y 7 kg.	Unidad y media unidad, faenado fresco y congelado por pedido del consumidor	Asado al horno y parrilla	Estacional	Familiar y del hogar para fiestas de fin de año y festividades tradicionales	
	Cabrillas y capones	Porción	Guisados, salsas, cazuelas, entre otros	Estacional	Turístico	
Gastronomía local	Cabrito mamón entre 5 y 7 kg.	Porción	Asado al horno y a la estaca	Estacional	Turístico	Zonas rurales de Capital, Banda, Loreto, Atamisqui, Río Hondo, Guasayan
	Cabrillas y capones	Porción	Guisados, salsas, cazuelas, entre otros	Estacional	Turístico	

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

Como se mencionó previamente, el cabrito constituye un producto distinguido en la provincia. Los Mercados Municipal y Cooperativo ofrecen este producto principalmente a consumidores interesados que se acercan a los puestos, pero su promoción como atractivo turístico y gastronómico resulta limitada. Los turistas consumen estos productos en locales gastronómicos -fuera de dichos mercados- que ofrecen cabritos como una estrategia comercial para atraer a los visitantes. En todos los casos se observa una reducida variedad de elaboraciones y presentaciones de platos a partir de esta carne, a excepción de los locales gastronómicos identificados como gourmet.

En relación con los grados de autonomía que poseen los actores sociales sobre la definición de las distintas variables que intervienen en la comercialización, se observan matices según el CCC que se trate. En el circuito del productor al consumidor se identifica la mayor autonomía en la relación porque, más allá de las posibles tensiones, la provisión directa permite que la negociación entre las partes se desarrolle de manera simétrica. Esto se observa, por ejemplo, en la definición sobre el tipo de producto demandado y la coordinación para la transacción.

En la conformación de los tres CCC restantes evidencian algún tipo de intermediación donde se observan lazos de confianza y comunicación transparente entre las partes. En el caso de comerciantes y productores, estos vínculos posibilitan la venta en los momentos de mayor demanda, lo que se ve matizado por la disponibilidad del producto en los departamentos de provisión y la presencia de otros intermediarios. A su vez, estos circuitos que constituyen un nexo entre productores y consumidores proveen productos caprinos que generalmente no se encuentran disponibles en los circuitos de comercialización tradicionales. Por su parte, el consumidor puede elegir entre los diversos circuitos a partir de las condiciones de precio y calidad.

Por lo tanto, los actores que participan en todos los CCC disponen de ciertos niveles de decisión en relación con las características generales que los conforman. Por su parte, la reducida intermediación y proximidad en sus diferentes dimensiones posibilita que el consumidor pueda disponer de información sobre el origen, la forma de producción y las características del producto.

Conclusión

La carne caprina representa en Santiago del Estero un producto típico. Si bien no se dispone de información sobre los patrones que determinan su demanda -y escapa a los objetivos de este trabajo-, las tendencias en los volúmenes de producción y comercialización en las últimas dos décadas resultan decrecientes. El análisis sobre las modalidades de comercialización de carne caprina a partir de entrevistas y revisión de estadísticas permite inferir que, si bien existen otros circuitos con mayores grados y modalidades de intermediación, los CCC identificados serían los más difundidos en las localidades bajo estudio. El análisis cualitativo podría considerarse como complementario a lo relevado por los CNA -que aborda la primera venta en pie-, dado que describe modalidades de comercialización de los productos cárnicos caprinos que no son registradas de manera directa y expone, en este sentido, las condiciones de informalidad en las que se desarrolla la actividad. Entre ellas, se destaca la limitada disponibilidad de infraestructura de faena a nivel provincial.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

Este estudio identifica cuatro CCC para la comercialización de carne caprina (productor directo a consumidor, mercados municipal y cooperativo, carnicerías, y gastronomía local) a partir de considerar el número de intermediarios, la autonomía y la proximidad entre los sujetos sociales. Entre los CCC predomina el vínculo directo que permite una mayor proximidad entre productores y consumidores. El análisis realizado problematiza las dimensiones de proximidad, autonomía e intermediación que definen a los CCC. En particular, el circuito del productor a consumidor puede ser delimitado directamente en términos teóricos como CCC. Las condiciones en las que desarrollan los circuitos restantes permiten identificar que quienes intermedian poseen características familiares y/o que su escala resulta reducida. Además, estos intermediarios se relacionan de manera directa tanto con los productores como con los consumidores.

Los actores que participan en estos CCC disponen de ciertos niveles de decisión en relación con la construcción de las características generales de cada circuito. En particular, respecto a la definición del tipo de producto, la cantidad disponible, el momento del consumo y el precio. En todos los casos descriptos es posible identificar el origen del producto. Los vínculos de confianza que se construyen entre los actores posibilitan la comunicación de inquietudes y necesidades en torno a las características del producto. A su vez, se ponen a disposición las capacidades de cada actor para la construcción de un circuito que promueva un beneficio social y económico.

Los circuitos vinculan zonas urbanas, periurbanas y rurales de la provincia (en términos de proximidad geográfica), pero también visibilizan como componente cultural un producto reconocido como tradicional santiagueño tanto por sus habitantes como por turistas. A su vez, se observa una cierta tendencia en el abastecimiento de cabritos para el sector turístico. En el aglomerado urbano analizado los referentes de los locales gastronómicos señalan que la demanda es regular, a diferencia de los mercados municipales que argumentan una reducción en las cantidades vendidas. Cabe destacar que los residentes tienden a realizar un consumo doméstico (Erro Velázquez y Vittar, 2022). En este sentido, la provisión de carne caprina a través de estos CCC identificados tendería a favorecer el acceso de la población local a esta variedad de productos.

El abordaje de la carne caprina a partir de los CCC identifica limitaciones y potencialidades para continuar profundizando. En este sentido, señalamos tres aspectos:

- » Resulta necesario disponer de información cualitativa y cuantitativa (actualizada y continua) sobre la actividad caprina para abordar la conformación y el peso relativo de los CCC, y la cuantificación de la oferta y la demanda. Una limitación de este trabajo, en ese sentido, es la dificultad para estimar la magnitud y la cuota de mercado que ocupa cada CCC identificado.
- » Se observa un bajo valor agregado en la carne caprina y en la innovación de las formas de venta y elaboración de platos para el consumo. Tanto el agregado de valor como el aprovechamiento integral del animal o de otras categorías caprinas podría constituir una alternativa a la estacionalidad que otorgue una mayor regularidad para su provisión.
- » La AFICI presenta potencialidades para fortalecer el desarrollo de los CCC a nivel individual y -especialmente- a partir de su vinculación en organizaciones sociales

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

para brindar productos de manera regular y fomentar espacios de consumo. En particular, porque constituye el principal productor caprino y desarrolla la actividad en todos los departamentos de la provincia.

Por lo tanto, el análisis de los CCC de carne caprina en Santiago del Estero expone una configuración compleja que se define a partir de las características de un tipo de producción, comercialización y un consumo tradicional, pero también que emerge como un producto regional destacado para el sector turístico. En este marco, los CCC analizados -aun con las limitaciones recién mencionadas- se presentan como alternativas a las cadenas largas de comercialización y distribución donde las dinámicas de intermediación no resultan sostenibles para la AFCL, por ejemplo, porque las transacciones no se proyectan como una relación de proximidad.

Referencias

- » Álvarez, R. (1997). Introducción al Estudio de la Oferta de Carne Cabrera en Santiago del Estero. En *Elementos para el análisis de la estructura de comercialización de la producción cabrera de Santiago del Estero*. PSA.
- » Andrieu, J. y Brignardello, M. (2020). Análisis de Circuitos Cortos de Comercialización en San Juan. Las tramas organizativas de las ferias de Jáchal y Calingasta. *RevIIE*, 15(15), 25-40.
- » Bendini, M. y Tsakoumagkos, P. (coord.) (1993). *Campesinado y ganadería trashumante en Neuquén*. La Colmena.
- » Burin, D. (comp.) (2018). *Manual 5: El mercado y la comercialización*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- » Caracciolo, M. (2012). *Los mercados y la construcción de tramas de valor en la Economía Social y Solidaria (rural y urbana)*. Programa de Economía Solidaria. Documento de la Cátedra Economía Social y Solidaria. Enfoques Contemporáneos. IDAES - UNSAM.
- » CEPAL (2014). *Agricultura familiar y circuitos cortos Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición*. Naciones Unidas.
- » Contreras, M. (2016). *Caracterización del manejo de la majada caprina en el suroeste santiagueño*. INTA.
- » Craviotti, C. (2014). La agricultura familiar en Argentina: nuevos desarrollos institucionales, viejas tendencias estructurales. En C. Craviotti (comp.), *Agricultura familiar en Latinoamérica: continuidades, transformaciones y controversias* (pp. 175-204). Fundación CICCUS.
- » Craviotti, C. y Soleno Wilches, R. (2015). Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. *Mundo Agrario*, 16(33), 01-19.
- » de Dios, R. (2002). *Movimiento campesino y lucha por la tierra en una región del noroeste argentino* [Ponencia]. Congreso de Sociología Rural de la ALASRU, Porto Alegre, Brasil.
- » de Dios, R., Paz, R., Rossi, C. (2021) Censos Nacionales Agropecuarios, coberturas y procesos de transformación agraria en Santiago del Estero. En S. Soverna

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

- (coord.), *La Argentina agropecuaria vista desde las provincias: un análisis de los resultados preliminares del CNA 2018*. IADE. Recuperado de <https://agenciaterraviva.com.ar/wp-content/uploads/2024/02/Libro-Catedra-Giberti.pdf>
- » Erro Velázquez, M. (2019). Los productores de caprinos y los mercados en el Departamento Figueroa, Santiago del Estero. Argentina. *Revista Latinoamericana de Estudios Rurales*, 4(8), 53-79.
 - » Erro Velázquez, M. y Vittar, M. C. (2022). *Carne caprina. Ganadería familiar y campesina en Santiago del Estero*. Bellas Alas.
 - » Fingermann, L., Sendin, B., Fontana, P., Mosse, L., Laya, F. y Dumrauf, S. (2023). Análisis de la dinámica de consumo en la intermediación solidaria: Relevamiento a personas ex consumidoras de la comercializadora La Justa. *Otra Economía*, 16(30), 65-80.
 - » Foro Nacional de la Agricultura Familiar [FONAF] (2006). *Documento Base del FONAF para implementar las políticas públicas del sector de la Agricultura Familiar*. Recuperado de https://magyp.gob.ar/sitio/areas/prodear/biblioteca/_archivos//000002-Foro%20Nacional%20de%20la%20Agricultura%20Familiar/000001-Documento%20de%20Mendoza%20-%20Foro%20Nacional%20de%20la%20Agricultura%20Familiar.pdf
 - » INDEC (2021). *Censo Nacional Agropecuario, 2002-2018*. [acceso 20 de agosto de 2023].
 - » López García, D. (2012). Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador. *Soberanía alimentaria, biodiversidad y culturas*, (8), 20-24.
 - » Neiman, M. y Blanco, M. (2021). Nuevas formas de habitar y transformaciones del espacio productivo: Procesos de movilidad rural-rural y rural-urbano en Los Juríes, Gral. Taboada, provincia de Santiago del Estero. *Revista Transporte y Territorio*, (24), 83-101.
 - » Piovani, J. (2018). La entrevista en profundidad. En A. Marradi, N. Archenti y J. Piovani, *Manual de metodología de las ciencias sociales* (pp. 265-278). Siglo XXI.
 - » Paz, R. (2002). *Sistemas de producción campesinos caprinos en Santiago del Estero. Proyección y desafíos para el desarrollo del sector*. Fundapaz.
 - » Paz, R., de Dios, R. y Gutiérrez, M. (2014). *Los núcleos de agricultores familiares en Santiago del Estero. Su cuantificación y análisis a partir de los datos del Registro Nacional de Agricultura Familiar*. Magna.
 - » Paz, R. y Jara, C. (2020). Danzando en el tiempo. Transformaciones agrarias y persistencia del campesinado en Santiago del Estero (Argentina). *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, (110), 21-38.
 - » Ranaboldo, C. y Arosio, M. (2016). *Circuitos Cortos de Comercialización: una mirada desde el enfoque territorial. Plataforma de Territorios Inteligentes*. FAO. Recuperado de <http://www.fao.org/in-action/territorios-inteligentes/articulos/colaboraciones/detalle/es/c/410218/>
 - » Rodrigues, M. (comp.) (2016). *Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar. Análisis de la experiencia internacional y latinoamericana*. CEPAL.
 - » Rossi, C. y León, C. (2004). Temas Fundamentales en la Inserción de Pequeños Productores en Cadenas Comerciales para una Estrategia de Desarrollo Rural, Proyecto Argentina Rural. *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, (28), 1-46.

Circuitos cortos de comercialización de carne caprina...
MELISA ERRO VELÁZQUEZ, MARIA CELIA VITTAR

- » Saal, G., Barrientos, M., y Ferrer, G. (1998). Comercialización de caprinos en el noroeste de la provincia de Córdoba, Argentina. *Agriscientia*, (15), 33-40.
- » Valenti, A. (2002). *Mercado de lácteos caprinos*. Informe Final. Consejo Federal de Inversiones. Mimeo.
- » Vasilachis de Gialdino, I. (1992). La Complementariedad de los métodos cualitativos y cuantitativos. En I. Vasilachis de Gialdino, *Métodos Cualitativos I. Los problemas teóricos-epistemológicos* (pp. 23-60). Centro Editor de América Latina.
- » Viteri, M., Moricz, M. y Dumrauf, S. (comp.) (2019). *Mercados: diversidad de prácticas comerciales y de consumo*. Ediciones INTA.
- » Vittar, M. C y Erro Velazquez, M. (2021). El sector caprino en Santiago del Estero, Argentina. En *Ciencia Veterinaria, Edición Especial III Congreso Argentino de Producción Caprina. I Congreso de la Red CONBIAND Argentina. II Foro Nacional de Productores caprinos y Agricultura Familiar. Módulo Modelizaciones* (23), 86-93. doi: <http://dx.doi.org/10.19137/cienvet2021esp01-04>.