



## ENTRAMADOS DE ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS: ACTORES, DINÁMICAS Y PRECIOS EN EL ÁREA METROPOLITANA DE BUENOS AIRES (AMBA)

Joaquín Pérez Martín\*, Juan Ignacio Fariña y Santiago Páez

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Agronomía, Cátedra de Sistemas Agroalimentarios

\*E-mail: joapm@agro.uba.ar

Recibido: 15/05/2025

Aceptado: 03/11/2025

### RESUMEN

En las ciudades, el comercio minorista de alimento es el último actor que vincula a la población urbana con el sistema agroalimentario. Allí, la población realiza sus compras cotidianas en un entorno alimentario donde quedan definidas las condiciones de la oferta de alimentos, en términos de cantidad, calidad, diversidad y precios, entre otros. Para garantizar el acceso a los alimentos y resguardar la seguridad alimentaria de la población es fundamental comprender cómo funciona el abastecimiento desde el campo a la ciudad. Sin embargo, los estudios sobre esta temática resultan insuficientes para lograr dicho entendimiento. Los objetivos de este trabajo fueron: (i) describir el abastecimiento urbano de alimentos en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) de la Argentina, incorporando el concepto de "entramado de abastecimiento", (ii) analizar la dinámica de formación de precios y la participación de los distintos actores del entramado de abastecimiento y (iii) proponer una tipología de comercios minoristas que sirva como base para futuros estudios sobre este sector. Para ello, se desarrolló una metodológica mixta, cualitativa y cuantitativa. Se destaca el rol y la importancia de las actividades logísticas y comerciales que se concatenan por fuera de los establecimientos productivos, primarios o industriales, hasta alcanzar los comercios minoristas en el AMBA, donde los consumidores acceden a sus alimentos. Las características y el funcionamiento que tomen los entramados de abastecimiento definirán la oferta de productos, la diversidad de proveedores y los precios que lleguen a cada tipo de comercio.

**Palabras clave:** comercio minorista, economía urbana, logística, seguridad alimentaria, tipología.

## FOOD SUPPLY NETWORKS: ACTORS, DYNAMICS, AND PRICES IN THE METROPOLITAN AREA OF BUENOS AIRES (AMBA)

### ABSTRACT

Food retail is the final link between the urban population in cities and the agri-food system. It is where people do their daily shopping in a food environment where the conditions of food supply are defined in terms of quantity, quality, diversity, and prices, among other factors. To guarantee access to food and safeguard the food security of the population, it is essential to understand how supply works from the countryside to the city. However, studies on this subject are insufficient to achieve such an understanding. The objective of this article was (i) to conduct a descriptive study of urban food supply in the Metropolitan Area of Buenos Aires (AMBA) in Argentina, incorporating the concept of the supply network, (ii) to analyze the dynamics of price formation and the participation of the different actors in the supply network, and (iii) to propose a typology of retail businesses that can serve as a basis for future studies on this sector. To this end, a mixed qualitative and quantitative methodology was developed. The article highlights the role and importance of logistics and commercial activities that are linked outside of primary or industrial production facilities, reaching retail stores in the AMBA, where consumers access their food. The characteristics and functioning of supply networks will define the product offering, the diversity of suppliers, and the prices that reach each type of business.

**Key words:** retailing, urban economy, logistics, food security, typology.

## MARCO TEÓRICO

La cuestión del abastecimiento urbano de alimentos no ha tenido un desarrollo técnico-académico relevante ni consistente en la Argentina a lo largo de las últimas décadas. Este artículo busca contribuir en esta temática con foco en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), aportando una propuesta conceptual y metodológica de abordaje para su estudio. Específicamente, se busca (i) realizar un análisis descriptivo sobre la forma en que se organiza la oferta de alimentos en el AMBA, para lo cual se propone incorporar el concepto de "entramado de abastecimiento", (ii) analizar la dinámica de formación de precios y la participación de los distintos actores del entramado de abastecimiento y (iii) proponer una tipología de comercios minoristas que sirva como base para futuros estudios sobre este sector.

Hasta comienzos de la década de 1980, en un contexto global de precios elevados de alimentos, el abastecimiento urbano de alimentos en la Argentina se organizaba principalmente a través de pequeños comercios minoristas especializados, los cuales en muchos casos aprovechaban, utilizaban o contaban con soporte de infraestructura pública que facilitaba la interacción entre actores de la producción, el transporte y la comercialización mayorista (Trigo, 1972; Kriesberg, 1974; Frigerio, 1976; FAO, 2024c). Esto se modificó progresivamente con la aparición del supermercadismo, que implicó el desplazamiento progresivo de comercios de pequeña escala, la concentración del sector minorista, y el establecimiento de un nuevo sistema logístico y comercial de gran escala, en un contexto de liberalización del comercio marcado por la agenda neoliberal que se expandía globalmente. En simultáneo, la infraestructura pública comercial iba perdiendo incidencia tanto por falta de financiamiento, desregulación o privatización (Gutman, 1997, 2004; Reardon y Berdegué, 2002).

La Argentina se caracteriza por tener una elevada tasa de urbanización: el 92% de la población vive en ciudades de acuerdo con la definición local de considerar urbanos a aquellos aglomerados poblacionales donde habitan más de 2000 personas (INDEC, 2025). La configuración de cada una de las urbanizaciones varía de acuerdo a su población, extensión territorial, patrón de crecimiento, densidad poblacional y características socioespaciales, entre otros elementos (MINPLAN, 2011). El principal nodo del sistema urbano nacional es el AMBA, donde en apenas 100 km de urbanización continua residen más de 16 millones de personas (*i.e.* el 36% de la población nacional), que conforman el principal mercado

de alimentos del país (INDEC, 2023, 2024).

Las ciudades son el ámbito en el que se produce la aglomeración de población y actividad económica, que incluye la generación de ingresos, formales e informales, y el consumo (Camagni, 2011). En la Argentina, el principal gasto que tienen los hogares en áreas urbanas es la compra de alimentos y bebidas (INDEC, 2019). Por lo tanto, el abastecimiento de alimentos es una de las principales actividades económicas urbanas, el cual supone una sucesión de actividades logísticas y comerciales rural-urbanas. En el abastecimiento de alimentos operan una serie de actores, entre los que se destacan las cadenas de supermercados y, más recientemente, las plataformas online, que han desplazado la preponderancia que antes presentaban los actores de la producción primaria e industrial (Huici y Schvarzer, 1994; Gorenstein, 1998; Lang, 2003; Pulker *et al.*, 2018).

La elevada fragmentación socioespacial del AMBA, dada por la heterogeneidad en los niveles de ingresos de los hogares y la dinámica propia de la expansión urbana, condicionó las características de los comercios minoristas, donde la población accede a sus alimentos, es decir, donde se produce la transacción final entre la demanda urbana y la oferta proveniente del flujo rural-urbano de alimentos (Pérez, 2005; Cordara y Duarte, 2018). Actualmente, el comercio minorista puede ser físico o virtual, pero en ambos casos se constituye como el espacio donde tiene lugar la interacción de la población con el sistema alimentario a través de un entramado conformado por infraestructuras fijas y móviles en las que se almacenan, circulan, compran y obtienen los alimentos (HLPE, 2018). Las características de los tipos de entramados que conforman cada uno de los comercios minoristas del AMBA tienen efectos directos en la formación de precios y, por ende, en la inseguridad alimentaria de la población que, de acuerdo a los últimos datos disponibles, alcanzó en el trienio 2021-2023 al 36,1% de la población argentina (FAO, 2024a). Por ejemplo, conforme a los datos del INDEC (2020), los hogares de los sectores populares del AMBA (primer y segundo quintil de ingresos) tienen consumos de alimentos menos diversos e insuficientes en comparación al de los hogares de más altos ingresos (cuarto y quinto quintil de ingresos).

Para abordar la cuestión del abastecimiento urbano de alimentos en el AMBA, se aplicó una aproximación metodológica mixta, cualitativa y cuantitativa. En el primer caso, se llevaron a cabo estrategias complementarias: (i) observaciones no participantes en los ámbitos

de operación logística y comercial (*i.e.* centros logísticos, locales comerciales de distintos tipos y mercados mayoristas) y (ii) entrevistas en profundidad con actores clave (*i.e.* productores, transportistas y comerciantes) con el objetivo de conocer sus prácticas cotidianas en el abastecimiento de alimentos. En el segundo caso, se analizaron datos cuantitativos obtenidos de distintas fuentes mediante técnicas de estadística descriptiva.

## ENTRAMADOS DE ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS: ACTORES Y FORMACIÓN DE PRECIOS

En las últimas dos décadas, el análisis sectorial en economía y disciplinas relacionadas se realizó mayoritariamente a partir del enfoque de cadena de valor (Sturgeon, 2001). Para este enfoque, lo central, más allá de la diversidad de perspectivas que existen, es comprender la configuración de los diferentes actores que conforman dicha cadena y las dinámicas que se establecen entre ellos, según la participación que cada uno tiene a lo largo del proceso productivo (Kaplinsky y Morris, 2000). En esta línea, y como señala Wohlgenant (2001), en la formación de precios entre la producción agropecuaria y el precio pagado por el consumidor, además de las condiciones que tengan la oferta y la demanda, influyen una serie de variables y elementos que es necesario precisar y cuantificar, como cuestiones espaciales, de riesgo, financieras, de poder de mercado, de competencia, de escala, de prácticas comerciales, la estacionalidad climática, entre otras. Es decir, el precio de un alimento se configura a lo largo de las distintas etapas de su cadena de valor, incluyendo la producción primaria, la industrialización, la operación logística, el comercio mayorista y minorista. Además, cada uno de los eslabones de la cadena de valor encierra una gran heterogeneidad de actores, con funciones y actividades distintas, mientras que la interacción también es diversa, adoptando la forma de una red más que de una cadena. Por ello, en este trabajo se presenta el concepto de entramado de abastecimiento.

A su vez, desde una perspectiva socioeconómica, la cadena agroalimentaria se revela como un entramado donde se integran diversos actores económicos y sociales con intereses políticos y capacidad de influencia (Beckert, 2011). Estos actores se entrelazan de manera coordinada en actividades que añaden valor a un alimento tanto en un proceso productivo como ofreciendo algún servicio asociado. De esta manera, la cadena agroalimentaria no solo se concibe como un sistema

económico, sino como un tejido social, político y económico, interdependiente que impacta significativamente en la dinámica global de la producción y el consumo alimentario.

Al analizar la importancia relativa de cada agente, es relevante considerar su capacidad de incidencia a lo largo de la cadena en aspectos tales como volúmenes de producción, precios, condiciones y plazos de pago, entre otros. García y Rofman (2020) subrayan que la interconexión entre los agentes de la cadena se configura en torno a esta disparidad de capacidad y poder de negociación. Estos atributos, a su vez, se ven determinados por diversos factores, como la escala de operación, el acceso al capital en sus diversas formas y la organización interna de cada actor o sector dentro de la cadena agroalimentaria.

La determinación de precios en los diferentes sectores dentro de los sistemas agroalimentarios depende no solo de la relación entre la oferta y la demanda, sino también de muchos de los factores que se enumeraron previamente. Es decir, en términos generales, la formación de precios tiene lugar en las condiciones inherentemente imperfectas de los mercados alimentarios (McCorrison, 2002). A su vez, inciden factores intrínsecos al proceso productivo, tales como la estacionalidad, que afecta a productos específicos en determinadas épocas del año, así como adversidades agroclimáticas que pueden comprometer la producción. Además, se suman los costos asociados al almacenamiento, acopio y transporte, entre otros. Estos elementos internos contribuyen a la variabilidad de los precios a lo largo de la cadena agroalimentaria. En el caso particular de la Argentina, la persistencia de la inflación en la historia económica es un elemento que incide en la dinámica de formación de precios (Rapoport, 2011).

En simultáneo, hay factores externos que también inciden en la dinámica de la formación de precios de los alimentos. Entre ellos, se encuentran las fluctuaciones en la oferta y demanda a nivel internacional, conflictos bélicos o diplomáticos que pueden afectar la disponibilidad de productos, como en el caso reciente de la invasión de Rusia a Ucrania, entre otras cuestiones exógenas al ámbito nacional (Abay *et al.*, 2023). Estos elementos externos añaden una capa adicional de complejidad a la formación de precios, ya que introducen variables, no controlables a nivel local y nacional, y permiten vislumbrar la interconexión de la cadena agroalimentaria con eventos y fenómenos globales.

El abastecimiento urbano de alimentos, en tanto

actividad económica, supone una sucesión de actividades logísticas y comerciales ejecutadas por un entramado de actores que operan en forma de red entre el campo y la ciudad. Este entramado de abastecimiento garantiza el flujo material a través de interacciones logísticas (*i.e.* distribución y almacenamiento) y transacciones entre la oferta (*i.e.* la producción agropecuaria y agroindustrial, principalmente rural y periurbana) y la demanda urbana para consumo en los hogares y fuera de ellos. Allí operan los actores de la producción tanto primaria como de acondicionamiento o de industrialización, del transporte de cargas urbano y periurbano, del almacenamiento, de la comercialización mayorista y minorista y, finalmente, las personas que actúan como consumidores y, con sus compras, traccionan el funcionamiento de los entramados. Los entramados logísticos y comerciales utilizan infraestructuras tanto públicas (*e.g.* algunos mercados mayoristas frutihortícolas, las calles, rutas y autopistas) como privadas (*e.g.* centro logístico, un depósito dentro de algún establecimiento productivo o un local comercial donde funcione una sucursal de un supermercado, una carnicería o una panadería).

De esta forma, el abastecimiento se organiza en distintas etapas y entre diferentes actores con una gran diversidad de configuraciones de acuerdo principalmente al sector, subsector o incluso producto alimenticio que se trate. En general, en todos los sectores hay al menos una etapa de transporte de carga (*i.e.* flete corto o largo), alguna etapa de almacenamiento y la distribución urbana (también denominada "última milla") hasta alcanzar algún comercio minorista. En cada uno de los comercios minoristas se almacena un determinado stock de los alimentos y bebidas que forman parte de la oferta de cada local, en función del espacio para acopio y de las góndolas disponibles en cada comercio. Por último, a este stock accederán los distintos hogares con un determinado patrón de compra, ya sea de manera directa o a través de alguna aplicación online, cuando se haga efectiva la última transacción por parte del consumidor.

### RELEVANCIA DE LAS ETAPAS LOGÍSTICAS COMERCIALES EN LA FORMACIÓN DE PRECIOS

En este trabajo se consideraron tres aproximaciones diferentes para dimensionar de forma general la relevancia que los factores logístico-comerciales tienen en los procesos de formación de precios a lo largo de las

cadenas de valor agroalimentarias, en particular en los entramados de abastecimiento urbano. Los primeros dos ilustran la dinámica a escala global, mientras que el tercero lo hace a escala nacional.

- La primera fuente de datos es proporcionada por una publicación de la FAO (2024b), donde se desarrolla un minucioso examen sobre la composición del precio asumido por los consumidores, desglosado según las actividades o actores presentes en la formación de precios: 78% del precio pagado por los consumidores corresponde a actividades que agregan valor después de la producción primaria. Las actividades logísticas y comerciales son las más relevantes, ya que totalizan el 53% del precio pagado por los consumidores.
- En segundo lugar, Yi *et al.* (2021) realizaron recientemente un análisis exhaustivo de datos provenientes de 61 países, abarcando una serie temporal que comprende el período entre los años 2005 y 2015. Este estudio, que engloba aproximadamente 90% de la economía global, arribó a la conclusión de que, en promedio, el 73% del precio que paga la población por sus alimentos se debe a actividades que se desarrollan una vez obtenida la producción primaria, aunque no se detalla el peso respectivo de las distintas actividades como logística, comercialización o procesamiento, entre otras.
- En tercer lugar, y para el caso particular de la Argentina, la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) lleva a cabo mensualmente la elaboración del índice de precios de origen y destino (IPOD) (CAME, 2024). En este proceso, se realiza un exhaustivo relevamiento en todo el país y en diversas tipologías comerciales, abarcando el precio de venta al consumidor en góndola de 25 productos alimentarios específicos. Posteriormente, estos datos se amalgaman con los precios de origen de dichos productos, es decir, el monto abonado al productor, dando lugar a distintas estimaciones. De esta tercera fuente surge que en el promedio 2016-2024, el 75% del precio pagado por el consumidor se originó en etapas posteriores a la producción primaria. Este estudio pone en evidencia la marcada diversidad entre los distintos sectores en cuanto al peso de las actividades de procesamiento, logísticas y comerciales en el precio pagado por el consumidor: mientras que el peso de estas actividades alcanza 55% en la producción de huevos, asciende a 87% en el caso de la producción de manzanas. A su vez, se evidencia la elevada incidencia de la estacionalidad en la producción de alimentos y en la

formación de precios, tal como se mencionó anteriormente: en el caso de la frutilla, por ejemplo, el peso de las actividades posteriores a la actividad primaria varía entre 49% y 70%, correspondientes a los meses de junio y febrero, respectivamente.

Las dos primeras aproximaciones proporcionan una valiosa perspectiva al destacar el peso relativo de los agentes situados en las etapas iniciales de los entramados alimentarios, es decir, la producción primaria. Se evidencia que el poder de negociación de estos agentes se encuentra en una posición menos predominante en comparación con aquellos situados en las fases subsiguientes del circuito, al menos por el peso en la agregación de valor. La preponderancia del agregado de valor más allá de la producción primaria sugiere que las decisiones y transacciones en las etapas posteriores del entramado alimentario tienen una influencia más significativa en la determinación de precios y condiciones comerciales que llegan a los consumidores en sus entornos alimentarios urbanos. Estos resultados respaldan la noción de que el valor y la influencia en el entramado de abastecimiento tienden a concentrarse en las fases de distribución, comercialización y consumo, subrayando la importancia de analizar de manera detallada las dinámicas y relaciones en estas etapas para comprender plenamente la configuración y flujo de valor en la economía alimentaria entre el campo y la ciudad.

Por su parte, el trabajo realizado por la CAME subraya la necesidad de una evaluación profunda de las dinámicas económicas y las relaciones de poder a lo largo de la cadena agroalimentaria argentina, resaltando la importancia de examinar detenidamente la distribución de valor entre los diferentes agentes involucrados para comprender plenamente las implicancias de estas disparidades en el contexto económico y social. A priori, los promedios agregados presentados tanto a nivel nacional como global son similares, aproximadamente tres cuartas partes del precio de los alimentos en las ciudades se agrega en actividades posteriores a la producción primaria agropecuaria. Más allá de las etapas de acondicionamiento, procesamiento o industrialización, la principal actividad que agrega valor son las actividades logísticas y comerciales de acuerdo con la FAO (2024b).

## DESARROLLO DE UNA TIPOLOGÍA DE LOS COMERCIOS MINORISTAS DE ALIMENTOS

En la presente sección se desarrolla una tipología de los diferentes comercios minoristas que se encuentran

en el AMBA, potencialmente expandible a todo el país. Es importante señalar que se trata de un abordaje descriptivo y comparativo que no pretende agotar la diversidad de tipos de comercios, sino ordenar el análisis de un universo que se caracteriza precisamente por su heterogeneidad. Además, este abordaje permite analizar cómo interactúan los diversos tipos de comercios entre ellos, con sus entramados de abastecimiento y con los clientes, lo que supone múltiples cruces y solapamientos. Para ello, es necesario trazar un esquema ordenador de la amplia diversidad que hay en el universo del comercio minorista de alimentos urbano, de manera de poder luego avanzar en caracterizar los entramados que conforman.

Tomando como base lo elaborado por Guy (1998), Santos (2000) y García y Rofman (2020), se consideraron cuatro elementos analíticos para organizar la tipología:

- escala de operación y acceso a capital, lo cual refiere no sólo a cantidad de sucursales y superficie afectada, sino también nivel de facturación;
- nivel de organización, respecto de las capacidades de planificación y gestión de la operación comercial;
- nivel de adopción de tecnología e innovación, lo cual refiere al grado de adopción y desarrollo de tecnologías de gestión, logística, etc.;
- grado de especialización sectorial.

Existen diferentes tipos de comercios con bajo nivel de especialización en los cuales, a la hora de distinguir sus particularidades, adquieren más relevancia las otras variables, como la escala y el acceso a capital, así como la organización y el acceso a tecnología (Pérez Martín, 2021). En este grupo se ubican las cadenas de supermercados, los supermercados gestionados por la comunidad china, los almacenes y autoservicios, kioscos, estaciones de servicio, dietéticas y plataformas en línea u online:

- Las cadenas de supermercados: consolidaron su participación en el comercio minorista de alimentos, generalizando así una serie de innovaciones y adopciones de tecnología desarrolladas en décadas previas (Pérez Martín, 2022). Este elemento persiste e implica para este tipo comercial una elevada capacidad de innovación, lo cual a su vez favorece una alta capacidad de adaptación a cambios en la demanda. Se trata de un actor con un nivel de especialización relativamente bajo, donde se ofrecen todos los sectores alimentarios, aunque con participación relevante de mercado en los rubros lácteos, almacén y bebidas. En el AMBA,

las primeras cinco empresas de cadenas de supermercados concentran 80% de las sucursales, 81% de la superficie de venta y 78% de las ventas de este tipo comercial. Bajo estas condiciones, la clave está en el esquema logístico y comercial pero también inmobiliario y financiero que, a partir de economías de escala, logra alto poder de negociación tanto respecto de los consumidores como de su red de proveedores, hegemónizando la referencia de precios y segmentando la oferta en función de rentabilidad y volumen (Pérez Martín, 2022).

- Los supermercados gestionados por miembros de la comunidad china, comúnmente denominados "supermercados chinos": tienen una escala de operación significativamente más baja en términos de sucursales y superficie que los anteriores dado que es un negocio familiar e inserto en trayectorias migrantes. Sin embargo, de forma agregada, en el AMBA hay unas 5300 sucursales de este tipo comercial. Dada su especialización similar a la de las cadenas de supermercados en bebidas, lácteos y almacén, compiten con ellos de forma directa, con un modelo de gestión de bajos costos (Pérez Martín, 2021).
- Los almacenes y autoservicios: conforman un actor preexistente a los dos anteriores y que se mantiene marginalmente con un 9% de las ventas en el AMBA de bebidas y, en menor medida, productos de almacén y lácteos. Se trata, en general, de comercios de baja escala, con bajo grado de adopción de tecnologías y esquemas de organización de baja complejidad. Respecto de las cadenas de supermercados y "supermercados chinos", este tipo comercial tiene una dinámica de complementariedad enfocada en compras ocasionales de hasta siete artículos (Pérez Martín, 2021).
- Los kioscos y estaciones de servicio: son dos tipos comerciales de conveniencia que buscan captar la compra rápida de alimentos (Bernabeu *et al.*, 2009) y que ofrecen un bajo nivel de especialización en la oferta de alimentos, incluyendo bebidas, lácteos y productos de almacén, como dulces y golosinas. Las estaciones de servicio se especializan en la provisión de combustibles, siendo la venta de alimentos y bebidas una actividad complementaria. Los kioscos tienen una presencia muy masiva en la ciudad: el 86% de la población del AMBA realiza alguna compra en estos tipos comerciales, al menos, una vez por semana (Voices!, 2018).
- Las dietéticas: este tipo comercial, de rápido crecimiento en la última década, tiene un bajo nivel de

especialización ya que ofrece frutos secos, legumbres y productos de almacén, entre otros, generalmente de pequeños y medianos proveedores que no logran abastecer a cadenas de supermercados. Entre los productos se encuentran aquellos orientados a consumidores veganos, vegetarianos y celíacos. En este tipo de comercio predomina una organización de baja escala, con limitado acceso a prácticas de gestión y adopción de tecnologías, aunque se observa estrategias de agregación con esquemas de franquicias como en el caso de Tomy, New Garden o Vitalcer (Pérez Martín, 2021).

- Las plataformas online: son otro tipo comercial que interviene en el abastecimiento minorista del AMBA con una oferta caracterizada por un bajo nivel de especialización y es, junto con las cadenas de supermercados, uno de los actores de gran escala de operación en los entramados de abastecimiento, con un elevado nivel de profesionalización y la capacidad de desarrollar innovaciones tecnológicas y operacionales altamente disruptivas. Cada una de las plataformas cumple distintos roles, pero en términos generales intervienen en la operación logística, ofrecen espacios comerciales virtuales (*e.g.* "Marketplace"), interactúan con espacios comerciales físicos de terceros (*e.g.* puntos de recogida de compras) y actúan, principalmente, como medios de pago. Las plataformas están impulsando la refuncionalización de las infraestructuras existentes, transformando la dinámica de abastecimiento y desarrollando nuevas infraestructuras logísticas, como los denominados "darkstores", que son pequeños espacios logísticos de uso exclusivo para la plataforma, utilizándolos como puntos de carga para la distribución final, desplazando el rol de los comercios minoristas (Zunino Singh y Ferrer Sánchez, 2025).

Existen, por otra parte, una serie de tipos de comercios minoristas de alimentos en los que se advierte un alto nivel de especialización. En este caso, los atributos sectoriales de cada uno condicionan de forma más clara las características de la operación logística y comercial y el tipo de vínculo que desarrollan con los consumidores. Las particularidades están dadas por la configuración de los distintos segmentos de la cadena de valor y sus esquemas logísticos intermedios, así como la especificidad de sus actores, productos, ciclos productivos, condicionantes de almacenamiento, prácticas comerciales arraigadas, etc. Estos tipos comerciales absorben porciones mayoritarias de mercado en cada

uno de los sectores que se especializan, siendo un actor que mantiene una relación de competencia con las cadenas de supermercados.

- Las carnicerías: se trata de un tipo comercial en el que predominan por lo general bajas escalas de operación, con bajos niveles de complejidad en la organización y utilización de tecnología. En este caso, el esquema logístico y comercial se encuentra fuertemente determinado por el eslabón anterior, que exhibe una gran heterogeneidad de actores dentro del universo de los frigoríficos (e.g. por escala, perfil, etc.) e intermediarios (e.g. matarifes abastecedores, cuyo rasgo fundamental tiene que ver con su particular centralidad en la operación logística y comercial). Otro aspecto central para este tipo de comercio tiene que ver con que el modelo tradicional de carnicería implica una última parte del proceso de elaboración a partir del desposte de la media res en el local comercial. En términos logísticos, esto supone que el carnicero recibe un producto (*i.e.* media res) y comercializa otro (*i.e.* cortes), introduciendo cuestiones relativas a la heterogénea demanda de cortes en función de las características socioeconómicas a escala barrial, la generación de subproductos y su logística inversa (el denominado quinto cuarto), la elaboración de embutidos y derivados, la infraestructura de frío necesaria, etc.
- Las verdulerías: si bien implican unos 13 mil puntos de venta en todo el AMBA, exhiben pequeñas superficies, con muy limitado acceso a tecnología (en función del diseño del local comercial o "layout" y el tipo de atención, autoservicio o no), y escaso nivel de complejidad en su organización. En muchos casos tienen algún grado de integración (familiar-empresarial) con eslabones previos, tanto operadores logístico-comerciales como productores, con una participación significativa de inmigrantes de la comunidad boliviana. La mayor particularidad está en que el comerciante opera entre 30 y 60 productos frescos con gran heterogeneidad, con un alto nivel de pérdidas (entre 42% y 65%, debido al bajo nivel de tecnología para manejar ese stock), y con alta rotación. Dadas esas condiciones, se termina por configurar un esquema de abastecimiento de baja eficiencia: las verdulerías concurren con vehículo propio, varias veces a la semana (67% entre dos y tres veces; 30% entre cuatro y cinco veces) al mercado mayorista donde se proveen, ya sea al Mercado Central de Buenos Aires (MCBA) o a alguno de los 40 mayoristas que hay en el AMBA. Todo lo anterior repercute en los márgenes de rentabilidad y, a su vez, en la dinámica de precios. En este sentido, si bien las verdulerías tienen una mayoritaria participación de mercado respecto de sus competidores, es alto el contraste con el esquema de abastecimiento que tienen para el mismo rubro las cadenas de supermercados, que logran disminuir pérdidas y alcanzar mayores niveles de eficiencia. Mención aparte merece su dinámica en relación con los supermercados chinos, ya que en general estos tienen la verdulería tercerizada al mismo perfil de verdulero, con lo cual termina operando en la práctica como una verdulería más que alquila superficie al supermercado "chino" (Benencia, 2012; Grasso *et al.*, 2014; Pérez Martín, 2021; Pérez Martín y Barsky, 2021).
- Las panaderías: también muestran en general baja escala (una o unas pocas sucursales por firma), con bajo nivel de complejidad en la organización y baja adopción de tecnología. Del mismo modo que los otros tipos comerciales especializados, existe un significativo condicionamiento relacionado con el tipo de productos (*i.e.* perecederos, aunque no tanto como en el caso de las verdulerías) y, fundamentalmente, con el esquema logístico y comercial del eslabón anterior. En forma general, las panaderías suelen tener un vínculo de confianza con el intermediario distribuidor de harina, que normalmente distribuye además otros insumos relacionados, con un esquema de frecuencia y volúmenes de abastecimiento condicionados por la capacidad de stock. Esta configuración resulta relativamente rígida en tanto las recetas no admiten el aprovisionamiento de diferentes harinas dado el impacto en la calidad de los productos elaborados, lo cual incide decisivamente en la dinámica de abastecimiento, más allá de que no se trate del principal ítem de costos (Germano, 2020; Pérez Martín *et al.*, 2022).
- Queserías y fiambrerías: en estos comercios predomina un esquema de baja escala, formas simples de organización y bajo nivel de adopción de tecnología. Existen estrategias de incremento de la escala de operación con esquemas de franquicias, como es el caso de la red Estancia San Francisco, que posee más de 50 queserías. Por sus características, en muchos casos también se comercializan determinadas líneas de productos de almacén y bebidas. Dentro de este tipo se incluyen también los comercios minoristas operados por o en vínculo directo con industrias

lácteas integradas verticalmente, como El Puente, Luz Azul o Vacalín (Pérez Martín, 2021).

Además de caracterizar los diferentes tipos de comercios minoristas que participan en los entramados de abastecimiento de alimentos en el AMBA, es preciso avanzar en el análisis de las diferentes relaciones que se establecen entre ellos y sus dinámicas en la conformación de entramados con una determinada configuración en el ámbito urbano. A grandes rasgos, entre los principales tipos comerciales se dan dinámicas que oscilan entre la complementariedad y la competencia. Es decir, partiendo de la centralidad de las cadenas de supermercados en cuanto a los principales indicadores analizados, los demás tipos de comercios tienden a establecer una estrategia de competencia, disputando diferentes segmentos de la demanda, o de complementariedad, ofreciendo alternativas a la hora de la organización de la logística hogareña. Así, los entramados de abastecimiento suponen formas de articulación de la oferta estructuradas a partir de elementos objetivos que incluyen las características propias de los tipos comerciales y sus relaciones, en función de las características del espacio urbano y sus dinámicas sociodemográficas. En muchos casos, estos tipos comerciales se insertan en los entramados de abastecimiento en ferias o en mercados públicos, configurando otra forma de organización espacial y temporal del comercio en las ciudades. En términos de los niveles de competitividad y eficiencia que presentan cada uno de los tipos comerciales, podríamos decir que las cadenas de supermercados y las plataformas online por su condición oligopólica y su concentración tienen elevados niveles de eficiencia y la capacidad de determinar precios, márgenes, barreras de entrada y costos, de manera unilateral. En cambio, el resto de los tipos comerciales, por su amplia desconcentración y falta de coordinación, opera generalmente con menores niveles de eficiencia, lo que incide en los precios e incrementa los costos operativos. Los entramados de abastecimiento, en estos casos, están marcados por la inclusión de múltiples actores de pequeña y mediana escala tanto productivos, logísticos como comerciales, aunque en muchos casos, operan con bajos niveles de eficiencia por múltiples motivos.

## CONCLUSIÓN

La cuestión del abastecimiento urbano de alimentos en la Argentina requiere mayor profundización y sistematización. En los últimos años se ha popularizado que la producción agroalimentaria argentina era suficiente "para alimentar a 442 millones de personas", asumiendo que el consumo interno de alimentos se suplía de materias primas agrícolas principalmente de exportación como granos y harinas. Esto no solo es incorrecto, sino que desconoce las recomendaciones alimentarias y los problemas de inseguridad alimentaria y nutricional que afectan a la población argentina, sugiriendo que el acceso a alimentos no es un problema en la Argentina. Este trabajo plantea un abordaje analítico y descriptivo sobre la forma en que se organiza el abastecimiento del AMBA para ofrecer alimentos a la población, para lo cual se propone incorporar el concepto de entramado de abastecimiento, analizar la incidencia de las distintas etapas en la formación de precios y desarrollar una tipología de comercios minoristas que permita expandir esta línea de investigación. La propuesta supone ponderar la relevancia de las especificidades de los diferentes tipos de comercios minoristas y el entramado que conforman junto con sus proveedores, en términos logísticos y comerciales, así como considerar la interacción de esas redes con la demanda hogareña. Además, se avanza en la caracterización de los comercios minoristas y algunas de sus dinámicas de relacionamiento, aspectos que se deberán profundizar en futuros estudios. La tipología desarrollada busca ordenar el análisis futuro y contribuir a generar un marco conceptual más extendido y consistente. En definitiva, en el AMBA funcionan y se articulan dos grandes entramados de abastecimiento de alimentos que se diferencian en términos organizativos y de funcionamiento a nivel minorista: las cadenas de supermercados, por un lado, y los restantes tipos de comercios de pequeña y mediana escala, por el otro. Entender el funcionamiento de cada tipo comercial, en el marco de un funcionamiento en red, no lineal, como propone la idea de entramado de abastecimiento, facilitará el análisis de las condiciones en las que se da el acceso a alimentos por parte de la población y, a su vez, permitirá entender los aspectos que limitan un abastecimiento eficiente, transparente e inclusivo que mejore los niveles de accesibilidad a alimentos sanos y nutritivos en los distintos estratos sociales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abay, K. A., Breisinger, C., Glauber, J., Kurdi, S., Laborde, D. y Siddig, K. (2023). The Russia-Ukraine war: Implications for global and regional food security and potential policy responses. *Global Food Security*, 36, 100675. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2023.100675>
- Beckert, J. (2011). Where do prices come from? Sociological approaches to price formation. *Socio-Economic Review*, 9(4), 757-786. <https://doi.org/10.1093/ser/mwr012>
- Benencia, R. (2012). Predominio de inmigrantes bolivianos en los eslabones estratégicos de la cadena agroalimentaria de la horticultura en fresco de la Argentina. *Política y sociedad*, 49(1), 163-178.
- Bernabeu, J. M., López, A. M. y Seguí, A. E. (2009). Tiendas de conveniencia localizadas en estaciones de servicio: Un nuevo formato comercial para nuevos usos del territorio. *Papeles de geografía*, 49-50, 101-113.
- Britos, S., Saraví, A. y Vilella, F. (2010). *Buenas prácticas para una alimentación saludable de los argentinos*. Programa de Agronegocios y Alimentos, Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires / Fundación Bunge y Born. <https://bit.ly/3hBPqvm>
- Camagni, R. (2011). *Economía urbana*. Antoni Bosch Editor.
- Confederación Argentina de la Mediana Empresa-CAME. (2024). *Índice de precios en origen y destino*. CAME. <https://bit.ly/3xjTm0L>
- Cordara, C. y Duarte, J. I. (Eds.). (2018). *¿Cómo crecen las ciudades argentinas? Estudio de la expansión urbana de los 33 grandes aglomerados*.
- Food and Agriculture Organization-FAO. (2024a). *FAOSTAT - Argentina—Prevalencia de la inseguridad alimentaria moderada y grave (%) (promedio de 3 años)*. Roma: FAO. <https://bit.ly/3nhRleE>
- Food and Agriculture Organization-FAO. (2024b). *FAOSTAT - Participación del precio pagado por los consumidores de las distintas actividades (intra y extra tranquera)*. FAO.
- Food and Agriculture Organization-FAO. (2024c). *Índice de precios de los alimentos de la FAO*. FAO. <https://bit.ly/30084XF>
- Frigerio, N. (1976). *El impacto potencial de los nuevos mercados mayoristas sobre los costos de distribución de alimentos en áreas urbanas*. IICA.
- García, A. y Rofman, A. (2020). Circuitos productivos regionales: Apuntes para una renovada herramienta analítica sobre procesos económicos en América Latina a principios de siglo XXI. *Revista brasileira de estudos urbanos e regionais*, 22. <https://doi.org/10.22296/2317-1529.rbeur.202025es>
- Germano, I. (2020). *¿Por qué persisten las panaderías? Un estudio de caso en el partido de Tres de Febrero, provincia de Buenos Aires* (trabajo de intensificación para optar por el título de Lic. en Economía y Administración Agrarias). Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires, Argentina. <http://ri.agro.uba.ar/files/intranet/intensificacion/2020germanoines.pdf>
- Gorenstein, S. (1998). Sector agroalimentario: Las relaciones industria/gran distribución. *Desarrollo Económico*, 38(149), 457-476.
- Grasso, R., Rotondo, R., Firpo, I. T., Ortiz Mackinson, M., Mondino, M. C., Calani, P. A. y Beltrán, C. (2014). Evaluación de pérdidas poscosecha de hortalizas en dos formas de comercialización minorista, para el período invernal y estival en Rosario, Santa Fe, Argentina. *Horticultura argentina*, 34(83), 5-11.
- Gutman, G. (1997). *Transformaciones recientes en la distribución de alimentos en la Argentina*. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de CABA.
- Gutman, G. (2004). *Concentración y Transnacionalización de la distribución minorista de alimentos*. FAO/RLC, Naciones Unidas.
- Guy, C. (1998). Classifications of retail stores and shopping centres: Some methodological issues. *GeoJournal*, 45(4), 255-264. <https://doi.org/10.1023/A:1006960414161>
- High Level Panel of Experts-HLPE. (2018). *La nutrición y los sistemas alimentarios. Un informe del Grupo de alto nivel de expertos en seguridad alimentaria y nutrición del Comité de Seguridad Alimentaria Mundial* (N.º 12). Comité de Seguridad Alimentaria Mundial.
- Huici, N. y Schwarzer, J. (1994). *El rol potencial del sistema de distribución en la integración de la industria alimentaria del Mercosur*. Banco Interamericano de Desarrollo, Instituto para la Integración de América.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INDEC. (2019). *Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017-2018 - Informe de gastos*. Instituto Nacional de Estadística y Censos, Ministerio de Economía.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INDEC. (2020). *Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017-2018*. Instituto Nacional de Estadística y Censos, Ministerio de Economía.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INDEC. (2023). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022*. Instituto Nacional de Estadística y Censos, Ministerio de Economía.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INDEC. (2024). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022 Región Metropolitana Buenos Aires. Ciudad Autónoma de Buenos Aires y 39 partidos de la provincia de Buenos Aires*. Argentina: Instituto Nacional de Estadística y Censos - Ministerio de Economía.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-INDEC. (2025). *Glosario*. <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Institucional-Indec-Glosario> [última visita: 10 de octubre de 2025].
- Kaplinsky, R. y Morris, M. (2000). *A handbook for value chain research* (Vol. 113). University of Sussex, Institute of Development Studies Brighton.
- Kriesberg, M. y Steele, H. (1974). *Mejoramiento de los sistemas de comercialización en los países en desarrollo: Un enfoque para la identificación de problemas y el fortalecimiento de la asistencia técnica* (Serie Desarrollo Institucional N.º 3). IICA.
- Lang, T. (2003). Food industrialisation and food power: Implications for food governance. *Development Policy Review*, 21(5-6), 555-568.
- McCorrison, S. (2002). Why should imperfect competition matter to agricultural economists? *European Review of Agriculture Economics*, 29(3), 349-371. <https://doi.org/10.1093/eurrag/29.3.349>

- MINPLAN. (2011). Plan Estratégico Territorial Avance II: Argentina Urbana. Lineamientos estratégicos para una política nacional de urbanización. Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.
- Pérez Martín, J. (2021). Abastecimiento de alimentos en el Área Metropolitana de Buenos Aires: Interacciones y configuración espacial de los entramados logísticos-comerciales en los sectores lácteo y frutihortícola. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, España. <http://hdl.handle.net/10803/671572>
- Pérez Martín, J. (2022). Los supermercados en el centro de la escena: Estrategia de negocios y formación de precios en el abastecimiento urbano de alimentos. *Realidad Económica*, 52(350), 9-38. <https://ojs.iade.org.ar/index.php/re/article/view/205/174>
- Pérez Martín, J. y Barsky, A. (2021). La planificación del abastecimiento alimentario a la gran ciudad: marchas y contramarchas del Mercado Central de Buenos Aires (1960-2019). *Mundo Agrario*, 22(50-e172). <https://doi.org/10.24215/15155994e172>
- Pérez Martín, J., Fariña, J. I. y Lago Millán, J. P. (2022). El abastecimiento de harina en el Área Metropolitana de Buenos Aires: Dinámica sectorial y formación de precios en el comercio minorista. En: XV Jornadas Nacionales de Investigadorxs en Economías Regionales, Ciudad de Buenos Aires, Argentina.
- Pérez, P. (2005). Expansión territorial, privatización y fragmentación en la configuración metropolitana de Buenos Aires. *Cadernos Metròpole*, 13, 11-46.
- Pulker, C. E., Trapp, G. S. A., Scott, J. A. y Pollard, C. M. (2018). What are the position and power of supermarkets in the Australian food system, and the implications for public health? A systematic scoping review: Scoping review of supermarket power. *Obesity Reviews*, 19(2), 198-218. <https://doi.org/10.1111/obr.12635>
- Rapoport, M. (2011). Una revisión histórica de la inflación argentina y de sus causas. En *Aportes de la economía política en el bicentenario* (p. 402). Prometeo Libros.
- Reardon, T. y Berdegue, J. A. (2002). The rapid rise of supermarkets in Latin America: Challenges and opportunities for development. *Development policy review*, 20(4), 371-388.
- Santos, M. (19752000). *La naturaleza del espacio: técnica y tiempo, razón y emoción*. Ariel España.
- Sturgeon, T. J. (2001). How Do We Define Value Chains and Production Networks? *IDS Bulletin*, 32(3), 9-18. <https://doi.org/10.1111/j.1759-5436.2001.mp32003002.x>
- Trigo, E. J. (1972). *Structural changes in the food retailing market in the Buenos Aires metropolitan region of Argentina during the 1960-1970 decade* (tesis doctoral). University of Wisconsin, Wisconsin, Estado Unidos.
- Voices! (2018). *El Kiosco Argentino-Estudio Voices! Sobre el kiosco en el consumo nacional*. Voices! Research & Consultancy. <https://bit.ly/2FKNXpq>
- Wohlgenant, M. K. (2001). *Marketing margins: Empirical analysis*. En *Handbook of Agricultural Economics* (Vol. 1, pp. 933-970). Elsevier. [https://doi.org/10.1016/S1574-0072\(01\)10024-1](https://doi.org/10.1016/S1574-0072(01)10024-1)
- Yi, J., Meemken, E.-M., Mazariegos-Anastassiou, V., Liu, J., Kim, E., Gómez, M. I. y Barrett, C. B. (2021). Post-farmgate food value chains make up most of consumer food expenditures globally. *Nature Food*, 2(6), 417-425. <https://doi.org/10.1038/s43016-021-00279-9>
- Zunino Singh, D. y Ferrer Sánchez, E. (2025). Mobile infrastructures. The application of the urban food delivery. En: Hayden Bakić, T. y Pérez Martín, J. (Eds.). *Urban Food Systems in Latin America: Territories, Mobilities, and Governance*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003471929>