

Producidos por aquí nomás...



Ing. Alim. Juan Manuel Alderete

Ing. Agr. Ivana Colamarino

Sr. Federico Ocampo

Dirección de Nacional de Agroindustria

Los sistemas de consumo local aparecen como alternativa frente a los modelos globales, donde productores y consumidores están en los extremos de una secuencia de procesadores, manufactureros y otros intermediarios, usualmente separados por grandes distancias. Su desarrollo favorece al medio ambiente, mejora las relaciones sociales y genera beneficios económicos para las localidades. Informe sobre el tema.

os denominados “**Sistemas de Consumo Local**” comprenden la producción, distribución y consumo de alimentos dentro de un mismo territorio, y se entiende que su desarrollo resulta económica, social y ambientalmente positivo para las comunidades locales.

La producción de alimentos a escala industrial tiene como consecuencia necesaria que el seguimiento de los parámetros de calidad de los productos quede en manos de los intermediarios comerciales y el Estado.

En cambio, los Sistemas de Consumo Local tienden a rescatar las formas comerciales tradicionales que enlazan en forma directa al productor con el consumidor.

Al respecto, puede señalarse, que estos Sistemas se caracterizan por:

- ❑ **Su procedencia.** El origen del producto o de sus componentes son totalmente trazables. Se trata de alimentos frescos, de estación, ricos en sabor y valor nutricional.
- ❑ **El control local.** La propiedad y el control de todos los aspectos del sistema permanecen en el terruño, generando así beneficios zonales. Esto significa que el dinero circula dentro de la comunidad, contribuyendo a la generación de empleo.
- ❑ **El respeto.** Un productor local de alimentos autónomo tiende fuertemente a respetar al consumidor, los trabajadores y el medio ambiente, dado que constituyen su entorno cotidiano.

“Regreso a la tierra”

A principios del siglo XX comenzó en Estados Unidos el declive de las granjas familiares en contraposición con el auge de los grandes establecimientos.

En las décadas de 1960 y 1970, el movimiento **Back to the Land** (*Regreso a la tierra*), generó un número importante de pequeños agricultores que comercializaban en forma directa gran variedad de productos en comunidades locales.

Como reacción al crecimiento experimentado por las empresas procesadoras de alimentos desde finales de los 70’, el movimiento en favor de un consumo basado en la

producción local, donde productor y consumidor se conocen, comenzó a expandirse lenta pero constantemente.

Buena parte de las personas que en todo el mundo apoyan el desarrollo de la economía basada en el consumo local, consideran que dado que los alimentos son bienes consumidos constante y obligatoriamente, un pequeño cambio en la forma de producir, elaborar y distribuir, tendrá un gran efecto en la salud, el ecosistema y la preservación de la diversidad cultural.

Las redes de consumo local incluyen huertas comunitarias, cooperativas de alimentos, agricultura apoyada por la comunidad (*Community-Supported Agriculture*), ferias francas, redes de intercambio de semillas (*seed savers*), etc.

Locávoros

Se define como *locávoros* al consumidor de alimentos cultivados o producidos localmente o en un radio determinado (50, 100, o 150 millas). El “**Movimiento Locávoros**” incentiva a los consumidores a comprar en las ferias de los agricultores o incluso a producir sus alimentos, argumentando que los productos originados en las cercanías son frescos, más nutritivos y de mejor sabor.

Este concepto se ha difundido y desarrollado en muchos países de la Unión Europea (Reino Unido, Francia, etc.), Estados Unidos, Australia y Suiza, entre otros.

Los consumidores que adhieren a los principios del consumo local tienen una percepción creciente de la necesidad de conciliar tres elementos:

- ❑ La reducción de las emisiones de dióxido de carbono (CO₂);
- ❑ El consumo de alimentos percibidos como más sanos y con valor social;
- ❑ El apoyo a los productores rurales locales a través del “*compre nacional*”.

También se relaciona con el tema de la frescura de los alimentos, ya que se supone que si son producidos localmente, tendrían que ser más frescos que los importados. En este sentido la tendencia hacia el incremento de la demanda de productos de estación por parte de los consumidores podría

ir en desmedro de la demanda de importación en contra-estación. Recientemente los supermercados del Reino Unido, que comercializan el 80% de los alimentos, han adoptado el concepto de manera explícita.

De los elementos citados, sin duda el relacionado con la limitación de dióxido de carbono es el que cuenta con un desarrollo más acelerado.

Las *food miles* y su huella de carbono

Para tratar de mitigar las emisiones de gases con efecto invernadero, la metodología más citada en los medios es la reducción de las “*millas alimentos*” (*food miles*). Dicho de otro modo, consumir productos con la menor cantidad de millas de transporte previo.

Como ejemplo del auge de estas ideas, resalta la intención del gobierno británico de poner en marcha un plan para obligar a etiquetar los productos alimenticios, con información sobre la huella de carbono de los mismos. Por ello, en marzo de 2007, el Reino Unido lanzó la **Carbon Reduction Label** (*etiquetado de reducción de CO2*) a través de un programa piloto.

La iniciativa apunta a que en los rótulos de cada alimento figure la cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero generadas, no sólo en su transporte, sino también en el proceso de producción. El debate generado por este concepto muestra la necesidad de un análisis más detallado, puesto que surge que la emisión de gases con efecto invernadero varía significativamente según el medio de transporte. La mayor generación de dióxido de carbono se daría en el aerotransporte, y la menor en el transporte marítimo.

Siguiendo esa misma lógica, el hecho de que la gente utilice miles de automóviles para realizar las compras en un supermercado suburbano constituye una fuente de contaminación, y en este sentido los alimentos locales también han sido cuestionados.

Los hallazgos de un equipo de investigadores de la ciudad de California manifiestan que el hecho de que un producto sea local, no significa necesariamente que sea mejor en términos ambientales.

La distancia que el alimento recorre desde la granja al plato es importante, pero también es clave saber cómo se lo envasa, cultiva, procesa y transporta al mercado. En lo referido al transporte, un ejemplo claro lo brinda aquel productor que traslada a los mercados locales pequeñas cantidades de alimentos en su camioneta, consumiendo así mayor energía que la que insume un viaje a mayores distancias en un camión que transporta miles de cajas apiladas de una sola vez.

Para tener en cuenta

Las “*food miles*” representan a primera vista un peligro potencial para la comercialización de alimentos desde el hemisferio sur, ya que países como el nuestro son percibidos como lejanos y, en consecuencia, se presume que el transporte debería implicar mucha emisión de gases de efecto invernadero.

No obstante, la gran mayoría de los productos que Argentina vende al mundo es transportada por vía marítima y fluvial, lo que podría difundirse como una fortaleza entre los consumidores.

De consolidarse este criterio de “*millas alimentos*”, las cadenas de supermercados comenzarán a exigir certificaciones privadas vía empresas internacionales que establezcan protocolos medioambientales en las distintas etapas productivas, de procesos y comercialización.

Teniendo en cuenta la evolución del mercado de alimentos, es necesario impulsar cambios en la dieta, promover la diversidad productiva inclinando el mercado local hacia nuevos y necesarios consumos de alimentos diversos que fomenten el desarrollo local. Y buscar, al mismo tiempo, acuerdos sectoriales de agregado de valor a la producción de alimentos para la exportación.

Esto posibilitará favorecer el desarrollo local produciendo de manera próxima, y aprovechar a través de la producción en escala los momentos de altos precios internacionales.

Fuentes consultadas:

www.locavores.com www.localfoodworks.org www.clarin.com
www.en.wikipedia.org
www.gastronomiaycia.com www.independent.co.uk