

# Mercados innovadores de la agricultura familiar

Experiencias en Argentina, Bolivia y España



**Códigos JEL: Q16**

Mercados innovadores de la agricultura familiar : experiencias en Argentina, Bolivia y España / Soledad Duré ... [et al.] ; compilación de Francisco Rodríguez ... [et al.]. -1a ed. - Posadas : Universidad Nacional de Misiones ; Washington DC : FONTAGRO - Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria, 2023. Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-950-766-214-0

1. Agricultura Familiar. 2. Innovaciones. 3. Argentina. I. Duré, Soledad. II. Rodríguez, Francisco, comp.  
CDD 630.9

FONTAGRO (Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria) es un mecanismo único de cooperación técnica entre países de América Latina, el Caribe y España, que promueve la competitividad y la seguridad alimentaria. Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), FONTAGRO, de sus Directorios Ejecutivos ni de los países que representan.

El presente documento ha sido preparado por Francisco Rodríguez, Verónica Carrapizo, María Florencia Chávez y María Laura Viteri.

Diseño gráfico: Sara Paoletti

Corrección de estilo: María Ferreyra

Edición general e ilustraciones: Sebastián Prevotel

Copyright © 2022 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial- SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras de-ri-vadas. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional. Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Esta publicación puede solicitarse a:

FONTAGRO

Correo electrónico: [fontagro@fontagro.org](mailto:fontagro@fontagro.org)

[www.fontagro.org](http://www.fontagro.org)



# **Mercados innovadores de la agricultura familiar**

**Experiencias en Argentina, Bolivia y España**

# Índice

- 7 Prólogo**
- 9 Introducción**
- 17 Aproximaciones para el estudio de procesos de innovación comercial y agregado de valor**  
*Francisco Rodríguez, María Laura Viteri, Carlos Cowan Ros, Ariel García, Verónica Carrapizo y Florencia Chavez*
- 39 Experiencias en Argentina**
- 41 **Red de ferias y comercializadora La Justa (La Plata, Buenos Aires)**  
*Soledad Duré, Sergio Dumrauf, Natalia Drago, Belén Sendín*
- 71 **Feria de huerteros de Tucumán (San Miguel de Tucumán)**  
*Alejandro Ríos, Verónica Carrapizo, María Laura Viteri*
- 97 **Experiencias de innovación comercial, productiva y organizacional de productores familiares (Mar del Plata, Buenos Aires)**  
*María Eugenia Barrientos, Cecilia Inés Aranguren, María Laura Viteri, Laura Cendón*
- 125 **Procesos de innovación en la producción de quesos artesanales (Amblayo, Salta)**  
*Florencia Chavez, Verónica Carrapizo, Ana Müller, Mónica Chavez, Gonzalo Bravo*
- 157 **Consorcio Esperanza Yerbatera: articulando y fortaleciendo cooperativas (Misiones)**  
*Francisco Fabio, Rosana Bogado, Juan Octavio D'addario, Javier Gortari, Alejandro Oviedo, Francisco Rodríguez*
- 189 **Un mercado de frutas y verduras de la agricultura familiar (Malvinas Argentinas, Buenos Aires)**  
*Florencia Radeljak, Martín Bruno, Sebastián Grenoville*

## **217 Experiencias en Bolivia**

- 219 **Sistema participativo de garantía con enfoque de autosostenibilidad local (Palos Blancos, La Paz)**

*Nancy Coparicona*

- 259 **EcoTambo: producción, comercialización y consumo de productos agroecológicos (La Paz)**

*Caciano Calcina Alanes, Nelson Tapia*

## **289 Experiencias en España**

- 291 **Centros logísticos para el salto de escala de las redes alimentarias alternativas (Madrid)**

*Javier Sanz Cañada, Ana Dorrego Carlón*

- 317 **Sareko y Elikagunea 2.0: experiencias de redes alimentarias alternativas (Gipuzkoa, País Vasco)**

*Aintzira Oñederra Aramendi, Mirene Begiristain Zubillaga, Eduardo Malagón Zaldúa*

- 339 **Recomendaciones y hallazgos en los centros logísticos de la agricultura familiar**

*Javier Sanz Cañada y Eduardo Malagón Zaldúa*

## **347 Análisis comparativo y recomendaciones**

- 349 **Identificación y caracterización de prácticas comunes de gestión de procesos de innovación para el agregado de valor y el acceso al mercado**

*Ariel García y Carlos Cowan Ros*

- 401 **Recomendaciones para el fortalecimiento de las estrategias comerciales de la agricultura familiar**

*Francisco Rodríguez, Carlos Cowan Ros, Ariel García, María Laura Viteri, Sergio Dumrauf*

## **417 Sobre los autores**

# Aproximaciones para el estudio de procesos de innovación comercial y agregado de valor

**Francisco Rodríguez, María Laura Viteri, Carlos Cowan Ros, Ariel García, Verónica Carrapizo y Florencia Chavez**

Frente a las tendencias del sistema agroalimentario global hacia la uniformización del modelo de producción, distribución y consumo de alimentos, se percibe una heterogeneidad de respuestas que se están generando a escala local, en todo el planeta, con la finalidad de reformular las relaciones entre productores y consumidores mediante otro tipo de sistemas alimentarios. Se trata de estrategias y políticas para construir formas alternativas de comercialización relacionadas con la búsqueda de relaciones económicas más próximas, equitativas y solidarias.

Desde los años ochenta del siglo XX, el sector de comercialización minorista pasó a jugar un rol central en la configuración del sistema agroalimentario a nivel mundial (Reardon y Berdegú, 2002). Las cadenas de supermercados cobraron relevancia, impulsando la homogeneización de los estándares de producción y la integración vertical y horizontal de las cadenas de valor. El desarrollo de innovaciones tecnológicas y organizacionales facilitaron el proceso anterior. Esto abarcó a una parte significativa del sector agropecuario, sin embargo, para los pequeños y medianos productores la integración a las cadenas de valor ha sido más heterogénea. En las últimas décadas, las organizaciones de agricultores familiares desarrollaron redes alternativas de comercialización (como ferias francas, cooperativas, y mercados de proximidad) en búsqueda de sistemas comerciales eficientes que le permitan participar del mercado en forma sostenible (Naredo, 2006; Stiegert y Sharkey, 2008). Estas iniciativas no sólo mejoran la agregación de valor a escala local, sino que generan externalidades positivas de carácter ambiental, económico, social y cultural. Uno de los principales intangibles que genera este tipo de iniciativas es la creación y consolidación de un tejido social asociativo, con gobernanza territorial, organización colectiva en red y mejor coordinación entre productores, empresas e instituciones locales. Las redes alimentarias alternativas mejoran los ingresos y condiciones de trabajo de los agricultores, respondiendo además a las expectativas de los consumidores para acceder a alimentos saludables y producidos en condiciones sustentables y éticas (Sassatelli, 2015).

La relación de los agricultores con los mercados es un hecho observable cotidianamente. Los mercados forman parte de los procesos sociales de producción y reproducción de las familias, condicionan sus vidas, influyen en sus valorizaciones y representaciones culturales, irrumpen y transforman los marcos institucionales en que se desarrollan sus prácticas diarias. Los mercados son también lugares de conflictos y disputas, desencadenan prácticas colectivas que pueden favorecer los intereses de

las familias agricultoras. Nos interesa conocer la naturaleza social de los mercados, indagando en su organización, conformación y continuidad en el tiempo. Esto deriva en la necesidad de un abordaje desde las ciencias sociales capaz de dar cuenta del carácter colectivo e histórico de este hecho social.

Los mercados de *commodities* agrícolas, si bien muestran una vitalidad y expansión notorias en nuestros países, constituyen una respuesta incierta ante las situaciones de vulnerabilidad económica y social que caracterizan a buena parte de los agricultores familiares y campesinos. Es en los mercados domésticos donde la agricultura familiar es la histórica proveedora de alimentos y productos diversificados y de calidad. Sin embargo, la agricultura familiar ocupa una posición asimétrica en los mercados convencionales. Las asimetrías de poder y escala entre los agricultores y los eslabones de industrialización y comercialización generan desproporcionadas transferencias de valor hacia las grandes cadenas de distribución, que terminan agudizando tendencias excluyentes de concentración y centralización en la venta de alimentos.

La globalización de los intercambios comerciales y su intensificación están controladas por las empresas transnacionales que impulsan la homogeneización de la producción y la integración vertical, el desarrollo de tecnologías agrícolas uniformes y la innovación constante en las fases industriales. Esto genera una industria alimentaria que presiona a favor de la uniformización de las pautas de consumo, debilitando la capacidad de reglamentación de los Estados-nación (Bonanno, Cavalcanti, 2014). Además, las grandes empresas de la comercialización minorista (supermercados, hipermercados, etc.) reconfiguran toda la trama de producción y comercialización de productos masivos, dejando poco espacio para el acceso a este tipo de canales comerciales a los productores familiares (Reardon, Berdegú, 2002).

Asimismo, los sistemas agroalimentarios globalizados generan mayor cantidad de externalidades negativas (como huella de carbono, contaminación difusa, desigualdades territoriales y sociales, despoblamiento rural, entre otros), que podrían ser contrarrestadas por la generación de sistemas agroalimentarios alternativos basados en los circuitos cortos. La toma en consideración de estas externalidades resulta fundamental para la implementación de políticas públicas y regulatorias respecto a los canales de comercialización, así como para la determinación de los precios de los bienes y servicios que generan.

Dentro y fuera de estos mercados de alimentos, se observan procesos de desarrollo innovadores que vienen asociados a formas “alternativas” de intercambio comercial. Son innovaciones que buscan retener el valor agregado a través de estrategias asociativas, protagonizadas por los propios agricultores familiares. Estos intercambios más innovadores coexisten e interactúan con los mercados convencionales. Algunos ejemplos de canales alternativos de comercialización son las ferias de agricultores, los sistemas de distribución y venta de canastas y bolsones, los mercados institucionales, los sistemas participativos de garantía (SPG), la implementación de marcas colectivas, las plataformas de venta *on line*, entre otros.

Estos espacios de mercado intentan superar las consecuencias sistémicas, ecológicas, socioeconómicas y culturales que condicionan la gestión del sistema alimentario y las decisiones productivas y comerciales de la agricultura familiar (Naredo, 2006; Stiegert y Sharkey, 2008).

Este libro presenta un conjunto de trabajos que dan cuenta de diversas experiencias vinculadas a mercados alternativos de la Agricultura Familiar. El mismo es un producto del Proyecto de Investigación “Agricultores Familiares, Innovación y Mercados”, financiado por Fontagro, que busca contribuir al fortalecimiento de estrategias innovadoras de producción y comercialización de alimentos para retener una mayor proporción del valor generado por los agricultores familiares.

Los propósitos principales de este trabajo son comprender, visibilizar y potenciar innovaciones productivas, comerciales, tecnológicas, institucionales y organizacionales de agricultores familiares y consumidores de Argentina, Bolivia y España.

Esta publicación es el resultado de investigaciones realizadas en cada uno de estos países y del análisis comparativo de los estudios de caso, generando insumos valiosos para el diseño de políticas públicas orientadas a los mercados alternativos para la agricultura familiar.

En Argentina se estudiaron las siguientes experiencias:

- Ferias Manos de la Tierra, La Veredita y el Paseo de la Economía Social y Solidaria así como la Comercializadora La Justa, articuladas a la UNLP (La Plata, Buenos Aires).
- Feria de huerteros de Tucumán.
- Experiencias de innovación comercial, productiva y organizacional de productores familiares en el partido de General Pueyrredon (Mar del Plata, Buenos Aires).
- Procesos de innovación en la producción de quesos artesanales de cabra del Valle de Amblayo (Salta).
- Consorcio Esperanza Yerbatera (Misiones).
- Mercado de frutas y verduras de la agricultura familiar en Malvinas Argentinas (Buenos Aires).

En Bolivia, los casos estudiados fueron:

- Sistema Participativo de Garantía Municipal de Palos Blancos, Departamento de La Paz.
- EcoTambo: producción, comercialización y consumo de productos agroecológicos (La Paz).

En España se estudiaron:

- Centros logísticos Farmidable y Madrid Km0 para el salto de escala de las redes alimentarias alternativas (Madrid).
- Sareko y Elikagune 2.0. Dos experiencias de redes alimentarias alternativas en Gipuzkoa (País Vasco).

Un conjunto de interrogantes ha guiado las investigaciones en torno a las innovaciones y su efecto sobre el acceso al mercado de los agricultores familiares. Algunos de ellos apuntan a conocer de qué manera las normativas, convenciones y valores facilitan los mecanismos de construcción de innovaciones; qué condicionantes y potencialidades se observan en la construcción de mecanismos participativos de gestión; qué modalidades de intervención del Estado resultan positivas en relación a los procesos de innovación y cuáles no; cómo se configuran y sostienen los espacios y estrategias de comercialización gestionados por las organizaciones de la agricultura familiar; qué papel juegan los consumidores.

El estudio comparativo de casos permitió describir patrones comunes e identificar tendencias respecto de algunas dimensiones de las innovaciones y de las estrategias de las organizaciones de agricultores familiares. A su vez, ha posibilitado identificar elementos que obstaculizan y favorecen las innovaciones, la construcción de alianzas con los consumidores y otros actores sociales en los distintos territorios.

A partir de las experiencias analizadas se puede destacar la marcada diversidad de las formas de la agricultura familiar y campesina en los tres países, confirmando que cualquier proyecto de intervención orientado a mejorar sus condiciones de vida, económicas y comerciales debería contemplar la especificidad de esta forma social –en cuanto a sus racionalidades, organización de la producción, división del trabajo doméstico y dotación de capitales– y diseñar alternativas compatibles con éstas.

Las experiencias analizadas que se consolidan y sostienen en el tiempo son aquellas en las cuales los productores y sus organizaciones construyen estrategias con creciente autonomía en la determinación de los precios y en la definición de las condiciones de venta. Los agricultores familiares tienen un rol central y construyen articulaciones con otros actores del territorio. La innovación no sólo debe ajustarse a las posibilidades, lógicas y dotaciones de recursos de la agricultura familiar, sino que deben desarrollarse –y sostenerse– marcos normativos e institucionales (fiscal, bromatológico, tecnológico, etc.) que fortalezcan esas experiencias y faciliten su replicación por otros productores.

Asimismo, resulta importante generar articulaciones y alianzas con otras organizaciones urbanas que tengan como finalidad la generación de trabajo autogestionado. Es muy difícil que los y las productoras y sus organizaciones puedan sostener, en el mediano y largo plazo, sistemas de comercialización con un importante volumen de venta. Por lo tanto, los lazos que se generan con otros dispositivos urbanos, que permiten construir puntos comunes de acopio y distribución, comercializadoras, almacenes, entre otras modalidades, serán claves en la construcción de otra forma de producción, distribución y consumo.

Los mercados analizados no se limitan al intercambio mercantil, sino que configuran simultáneamente espacios de sociabilidad, reconocimiento de las identidades de los participantes, de construcción de confianza y socialización. Estas dinámicas de reconocimiento social son valoradas por los participantes y por los usuarios de estos mercados. Se destacan

valores morales, culturales, laborales (productos artesanales), como así también, una calidad particular de los alimentos (productos agroecológicos y certificados a través de los SPG). Los estudios demuestran que construir y sostener en el tiempo estas innovaciones no solo se explica por los beneficios materiales que generan sino que existen y se movilizan valores, relaciones y alianzas e identidades que fortalecen y afirman los procesos de agregación de valor y comercialización de los productos de la agricultura familiar.

El accionar del Estado, a partir de la implementación de políticas públicas, ha permitido fortalecer las experiencias estudiadas, como aquellas vinculadas a inversiones en infraestructura y equipamiento, la cesión del uso de instalaciones de instituciones públicas como universidades, el financiamiento del capital de funcionamiento, la asistencia técnica, la cesión de espacios públicos por los municipios a organizaciones sociales, entre otras. En otros casos, ese lugar lo ocupan, al menos en parte, las organizaciones no gubernamentales (ONG) de cooperación y fomento para la agricultura agroecológica y/o familiar. La estatalidad a nivel nacional sigue jugando un rol determinante, tanto para instituir como para condicionar la dinámica de las experiencias innovadoras de la agricultura familiar.

El contexto de excepcionalidad impuesto por la pandemia Covid-19 generó transformaciones de importancia en las estrategias comerciales de la agricultura familiar. Las limitaciones a la circulación de los productos derivaron en una expansión de las estrategias de abastecimiento local a través de canales cortos de comercialización y formas de intermediación solidaria o cooperativa. Se incrementó el uso de las redes sociales y otras TIC para la promoción, oferta y venta de los productos. En el caso de las ferias, las restricciones impuestas a la circulación y a los encuentros masivos de personas impulsaron una combinación del uso de las TIC para la realización de los pedidos de bolsones, sistemas de distribución de canastas en nodos para alcanzar una mayor cobertura territorial y la distribución a domicilio. Cada uno de estos procesos, pone en evidencia la capacidad de la agricultura familiar y sus organizaciones de reinventar la relación con los mercados y enfrentar una crisis de proporciones excepcionales.

## Orientaciones conceptuales

Esta investigación se ha apoyado en un conjunto de categorías analíticas comunes y una lógica de construcción teórica abierta y creativa, que pone en tensión los conceptos a partir del diálogo entre teoría y hallazgos empíricos. La teoría no enmarca las acciones de investigación de modo rígido, sino que ha iluminado el proceso de producción, ordenamiento y análisis de datos, a partir de confrontarlos con las perspectivas de los actores, sus lógicas y conocimientos.

A continuación, se discuten las principales orientaciones conceptuales centradas en la innovación, el mercado y la gobernanza.

Las discusiones actuales sobre la innovación y el desarrollo están marcadas por la reflexión en torno al carácter estratégico de los procesos de aprendizaje, producción de saber y conocimiento. La construcción del conocimiento depende cada vez más de poner en interacción, favorecer y potenciar los procesos de diálogo entre formas diversas del saber. El conocimiento es un elemento clave para el desarrollo, tanto el conocimiento científico como los saberes localizados y específicos de los diferentes actores que intercambian información, ideas y valores. El conocimiento emanado de la experiencia y la práctica se manifiesta en el saber hacer de los agricultores, el saber institucional y organizacional capaz de encontrar variantes eficientes al momento de enfrentar las dificultades y problemas cotidianos. El saber hacer parte de la identidad de los pueblos y es un componente central al momento de diseñar la economía y sociedad futuras (Alemany et al., 2014).

Los procesos de innovación son el resultado de una imbricación entre lo tecnológico y lo social. Por eso, el tipo de tecnología que se genera –en determinada situación o contexto social– está en relación con los actores sociales inmersos en ese contexto (Latour, 2005). Las prácticas de la innovación muestran, simultáneamente, el carácter social de la tecnología y el carácter tecnológico de la sociedad, generando un nivel de análisis complejo e integrador denominado sociotécnico (Pinch y Bijker, 1984; Thomas, 2009; Alemany et al., 2014). La innovación es un proceso social de codiseño e implementación de respuestas novedosas ante problemas específicos que involucra, reorganiza conocimientos nuevos con los ya presentes. Desde este abordaje, la innovación y los procesos de innovación son el resultado de y ocurren en una densa trama en la que se vinculan e interactúan instituciones, artefactos técnicos, reglas sociales, tipos de conocimiento y otros hechos con actores muy diversos entre sí (empresarios, organizaciones tecnológicas, organizaciones científicas, agentes políticos, organizaciones profesionales, consumidores, entre otros) (Alemany et al., 2014).

En este estudio, la innovación es concebida como un proceso continuo, social e interactivo, con numerosos efectos de ida y vuelta entre tecnología y sociedad. Desde la visión constructivista de la sociología de la innovación tecnológica (Bijker et al., 1987; Thomas et al., 2006; Dagnino, 2009), las transformaciones son concebidas como el resultado de múltiples procesos de interacción entre los actores involucrados y sus vínculos con los artefactos, donde la sociedad construye tecnología y la tecnología construye sociedad. Al respecto, la innovación implica procesos de aprendizaje de tipo acumulativo y múltiple, relacionados con las prácticas e interacciones sociales con intercambio de información y conocimiento (Lundvall, 2002, 2016). El proceso innovador tiene lugar en condiciones de incertidumbre, abarcando una amplia variedad de procedimientos y formas organizativas.

El análisis de las innovaciones se apoya en los aportes teóricos de la perspectiva orientada al actor (Long, 2007), la perspectiva multinivel y la noción de la producción de novedades (van der Ploeg et al., 2004). Los procesos de innovación implican interacciones entre grupos heterogéneos de

personas, que permiten el intercambio de conocimientos e información creando un espacio social innovador. Los encuentros sociales entre estos “mundos de conocimiento” pueden ser analizados bajo la noción de interfase (Long, 2007). Esta noción, ampliamente utilizada en estudios sobre la intervención política en espacios rurales, permite indagar sobre el intercambio de conocimiento y poder generado entre profesionales técnicos y productores, vendedores de insumos y productores, entre productores con diferentes modos de producción, productores y consumidores, entre consumidores, entre consumidores y comerciantes, etc. Así, se pueden analizar las interacciones sociales de una manera dinámica y desde las propias prácticas, donde cada uno de los actores muestra su habilidad para gobernar su espacio de acción.

La noción de interfase interpela la imagen del ejercicio del poder del conocimiento en pocas manos, o en una élite académica o técnica que define los senderos universalmente válidos para la innovación. En esta investigación se pretendió superar los planteos de análisis de la naturaleza del conocimiento “técnico” o del poder de la “ciencia” como los factores determinantes de la innovación, para explorar cómo las ideas y las prácticas innovadoras y sustentables son apropiadas y asimiladas en específicas situaciones locales.

La idea de producción de novedades tiene como rasgo central su distanciamiento de la noción de innovación tecnológica. A diferencia de la versión modernizadora de innovación –que hacía referencia a aquellas tecnologías generadas, exclusivamente, por el conocimiento científico en centros de investigación rural y que se difunden de modo lineal, llegando a los productores a través de los mercados–, la noción de novedades focaliza en las prácticas creativas e inventivas de los agricultores. Las novedades son modificaciones o rupturas con los modos de hacer, con las rutinas existentes. Son maneras nuevas de pensar y de hacer que tienen el potencial de hacer mejor esas rutinas (van der Ploeg et al., 2004).

La dinámica del cambio sociotécnico ocurre en la interacción entre tecnología y sociedad, se trata de un proceso de coproducción, en el que la tecnología y el contexto social interactúan y cambian, coevolucionan en el tiempo y el espacio (Moors y Wiskerke, 2004). El análisis de las novedades se apoya en el reconocimiento de tres niveles analíticos diferentes y articulados entre sí. El primero es el nicho que resulta clave para entender cómo surgen las novedades. Es en los nichos donde se establecen las interfases entre los conocimientos de los agricultores y los de otros actores sociales, donde surgen las novedades y se despliega la capacidad de agencia social de los agricultores, cobran existencia las redes sociales y se movilizan distintos recursos en función del tipo de novedades construidas. Pero estos procesos de creación de novedades no suceden en un espacio local aislado, sino que hay reglas y normas, marcos institucionales, creencias e intereses que sirven de guías para los actores, que tienen una influencia más amplia y que estos autores identifican con el régimen sociotécnico. La noción de paisaje sociotécnico alude a los elementos materiales e inmateriales de nivel más amplio de agregación, la cultura política, los valores sociales, visiones y paradigmas, macroeconomía, el ambiente natural (Gazolla, 2014).

Desde este abordaje, el estudio de las novedades comprende dar seguimiento a las prácticas de los actores en sus mundos sociales, llevar adelante observaciones continuas, prestando atención a las rutinas y los procesos de trabajo de los productores, consumidores y otros actores, para identificar las prácticas nuevas en su contexto de surgimiento y en su desarrollo en el tiempo (Gazolla, 2014).

Dentro de la concepción de la innovación, se abordó también la noción de innovación social, que comprende la creación y difusión de nuevas prácticas sociales y organizativas de una comunidad. Según Barnett (2007), constituyen el “uso de nuevas ideas, nuevas tecnologías o nuevas maneras de hacer las cosas, en un lugar o en colectivos de gente en los que no había tenido lugar hasta ahora”. Uno de los principales intangibles que aportan al territorio este tipo de iniciativas centradas en la innovación social es, a modo de externalidades territoriales positivas, la creación y consolidación de un tejido social asociativo, en algunos casos, a través de esquemas de gobernanza territorial, concepto que se desarrollará más adelante.

## Mercado

El término mercado detenta múltiples significados. Para historiadores, sociólogos y antropólogos, el mercado es frecuentemente un espacio social, un lugar de encuentro donde se intercambian bienes de mano en mano. Para los economistas, el mercado es una institución formal regida por reglas, con mecanismos específicos para la formación de precios relacionados con la oferta y demanda, donde hay información y competencia perfecta y simétrica (Neale, 1957).

Algunos autores neoinstitucionalistas (Carrier, 2005; Fligstein y Dauter, 2007; Smelser y Swedberg, 1994; Storr, 2007) consideran que los economistas parecen sólo interesados en la formación del precio de los mercados, y no tanto en el mercado como espacio vivo de intercambio. Desde la perspectiva de los economistas clásicos y neoclásicos, las relaciones sociales fueron vistas como obstáculos de la competencia perfecta. Por eso, Granovetter (1985) y Swedberg (2003) señalan que en la “competencia perfecta” no hay espacio de maniobra para el regateo o la negociación. Swedberg (2003) revisa la visión sobre mercados de los diferentes enfoques de la economía, remarcando que muy pocos logran superar el modelo clásico de perfección irreal. Para el autor, la teoría de organización industrial (Chamberlin, 1933) y la teoría de los costos de transacción (Coase, 1988; North, 1990; Williamson, 1994) son unas de las pocas visiones dentro de la economía que intentan explicar el mercado, teniendo en cuenta las interacciones humanas.

Más allá de la usual predilección de los economistas por las metodologías que focalizan en las prácticas individuales, estas terminan por desestimar el funcionamiento del mercado como resultado de interacciones sociales. Para los economistas (centralmente, los de inspiración neoclásica), los mercados son arenas autónomas y autoregulables. Todo lo vinculado con las interacciones sociales, los conflictos de intereses, las asimetrías, son vistas como factores exógenos que desnaturalizan al mercado. Por mucho tiempo, esta concepción abstracta del mercado ocupó una posición clave

en la corriente principal de la economía. Esto explica por qué los mercados concretos están invisibilizados y han sido poco estudiados (Callon y Muniesa, 2005).

En los últimos 30 años, la sociología de los mercados ha realizado un esfuerzo en entender los orígenes y dinámica de los mercados como espacios sociales (Smelser y Swedberg, 1994). Los sociólogos, interesados en mercados, se focalizan particularmente en las redes, instituciones y prácticas sociales para entender cómo surgen los mercados. Baker (1984), Burt (1992), White (1981) y Granovetter (1973) analizan los mercados a través de las redes de intercambios surgidas en las interacciones de la compra y la venta. Para Di Maggio y Powel (1983), Fligstein (2001), Knorr-Cetina y Bruegger (2002) los mercados son instituciones que se reglan en función de las interacciones sociales. Los autores del enfoque del actor red (Callon, 1998, 1999, 2007; García Parpet, 2007; Muniesa y Callon, 2007) entienden a los mercados como un espectáculo, como una comedia, viendo cómo las acciones humanas le dan forma a ese mercado. Otros antropólogos (Carrier 1997; Dilley, 1992) focalizan en las transacciones para entender a los mercados, invitándonos a superar categorías analíticas duales tales como mercado abstracto vs. empírico, o cultural vs. económico (Applbaum, 2005; Alexander, 1992).

Para esta investigación, los mercados son el resultado de múltiples y heterogéneas interacciones sociales, donde se encuentran las transacciones comerciales o de intercambio de bienes y servicios. El término “transacciones” se asocia a los modelos económicos de toma de decisiones (Blau, 1964), mientras que la noción de “intercambio” revela una comunicación simbólica utilizada en análisis antropológicos (Malinowski, 1922; Mauss, 1970). Este intercambio trasciende las normas de la economía o del mercado, se asocia más al gobierno de las asociaciones personales (Parkin, 1976). A través de las interacciones, construyen redes (Ekeh, 1974) entre los actores involucrados con la actividad que se desarrolla en un mercado. Homans (1958) y Goffman (1963), al igual que Callon y Muniesa (2005), nos invitan a estudiar a los mercados como escenarios de acciones sociales, donde todos los actores se influyen mutuamente en su accionar.

En este estudio, se ha abordado el análisis de las interacciones que se dan en los mercados en un contexto más amplio, es decir, cómo los actores sociales se ven influenciados por la situación económica global, local, por el sentido de pertenencia cultural, el grupo o asociaciones sociales o culturales en las que están inmersos, las reglas o normas que conocen o desconocen. Esto implica que el intercambio no es sólo de bienes materiales, sino que también comprende el intercambio de bienes no materiales (afecto, honor, poder, sentimientos, conocimiento, información, etc.).

Los actores involucrados en la compra y venta de productos son considerados sujetos sociales racionales en un contexto de incertezas (Etzioni, 1988; Heath, 1976; Kapferer, 1976). Los actores interactúan con otros, conforman redes en ese escenario que es su vida cotidiana de manera de afrontar las incertidumbres de información incompleta, falta de transparencia, exigencias de calidad, etc. (Abolafia, 1998; Granovetter, 1985; Gudeman, 2008). Todos los espacios de intercambio estudiados tienen como

resultado interacciones sociales que persiguen superar estas incertidumbres, mostrando que los mercados no se establecen en un vacío social (García Parpet, 2007).

Asimismo, los mercados son resultado de acciones tanto racionales como no racionales. Tal como señala Hirschman (1977) en el mercado hay pasiones por el dinero, por la acumulación de bienes, por el trabajo en sí. Todos estos sentimientos mueven a los actores sociales a actuar. Sin embargo, existen motivaciones distintas a las económicas, como es su arraigo social, que explican la participación de los diferentes agentes (como productores o consumidores) en los mercados (Hinrichs, 2000). Esto implica ir más allá de las conductas racionales o utilitarias para dar lugar a conductas o acciones más creativas (Etzioni, 1988). La creatividad se desarrolla en toda situación que requiere solución (Joas, 1996).

## Gobernanza

La utilización de la categoría gobernanza se difunde ampliamente en la década del '90 del siglo XX, en el momento en que el Estado de bienestar es cuestionado de forma radical. Si bien la crisis del Estado social se inicia en los años '70 –como crisis de legitimidad frente al carácter excluyente de las democracias y su fracaso en cuanto a construir sociedades libres e igualitarias–, pronto se impone una interpretación conservadora que la concibe como crisis de gobierno o gobernabilidad (Sousa Santos, 2007). En ese contexto, el concepto de gobernanza se va a extender al ámbito académico en ciencias políticas, al campo de las instituciones internacionales y al de la gestión de las empresas.

Desde fines del siglo XX, el marco conceptual sobre la gobernanza va a ser utilizado para evaluar la calidad de la intervención estatal. Distintos autores de tradición liberal conservadora van a confluir en que la gobernanza es la respuesta al problema de hacer gobernables las sociedades capitalistas contemporáneas. En líneas generales, los autores que trabajan este enfoque coinciden en ampliar el análisis del gobierno en las sociedades capitalistas para incluir a los distintos niveles de lo estatal, las interacciones entre las administraciones públicas y el mercado y las organizaciones de la sociedad civil, que no obedecen a una subordinación jerárquica, sino a una integración en red (Serrano, 2011; Aguilar Villanueva, 2006). El mercado asume una importancia decisiva en lo que hace, no solo a la regulación de la vida económica, sino también en la esfera social.

En los años 2000, el entramado institucional, la participación ciudadana y la preocupación por el medio ambiente han renovado el interés por el establecimiento de reglas de gobernanza territorial para reactivar las economías locales y el cuidado ambiental. En este contexto, la gobernanza se define como la capacidad para construir y conservar instituciones a nivel local (*bottom down*) que faciliten los encuentros macro, meso y micro, así como el diálogo para la coordinación con las instituciones desde arriba (*top down*), permitiendo la construcción y consolidación de capital social, la distribución de los bienes públicos y el uso de los bienes comunes (Torres-Salcido y Ramos-Chavez, 2008).

El concepto clásico de “gobierno” parece insuficiente para describir las transformaciones que se han ido produciendo en el contexto de la globalización. Ante el surgimiento de empresas multinacionales, con presupuestos superiores a los de ciertos Estados soberanos, o de organizaciones no gubernamentales con una creciente capacidad de acción y de presión, en los ámbitos tanto local como internacional, los gobiernos nacionales han dejado de ser la referencia central de la organización política para pasar a ser una de sus componentes.

La gobernanza es una noción que busca describir una transformación sistémica compleja, que se produce a distintos niveles –de lo local a lo mundial– y en distintos sectores –público, privado y civil–. Implica una nueva manera de gobernar de tipo más cooperativo, caracterizada por la interacción entre una pluralidad de actores, relaciones horizontales, la búsqueda del equilibrio entre poder público y sociedad civil y la participación en el gobierno de la sociedad en general, englobando todas las instituciones y relaciones implicadas en los procesos de gobierno (Cerrillo Martínez, 2005).

Al distanciarse de las interpretaciones políticas del gobierno y la gobernabilidad, el enfoque de la gobernanza deriva y alienta abordajes de carácter gerencial, de gestión e ingeniería y elude las dinámicas políticas conflictivas. La noción de gobernanza se apoya en una idea despolitizada del poder y la acción colectiva (Foyer, 2012) y da por supuesta la posibilidad del “ejercicio pacífico y consensuado del poder político” (Monedero, 2009). En su forma más explícita e instrumental, este deslizamiento culmina con los planteos de los organismos de crédito internacional como el Banco Mundial y su caracterización de la “buena gobernanza” como solución supuestamente universal y aplicable a todas las sociedades. En esta vertiente, la noción de gobernanza abandona toda intención teórica y crítica para transformarse en una herramienta para la acción. El Estado, desde esta perspectiva, es parte integrante de la gobernanza, pero participa en las mismas condiciones que el mercado y la sociedad civil (Sousa Santos, 2007).

Una dimensión que se abordó desde la gobernanza, es la de territorialidad. Gilly y Wallet (2005) definen a la gobernanza territorial como “el proceso de articulación dinámica del conjunto de prácticas y de dispositivos institucionales entre actores próximos geográficamente, cuya finalidad es resolver un problema productivo, de consumo o bien realizar un proyecto de desarrollo territorial”. En algunos casos, esto implica impulsar procesos de organización colectiva en red, facilitando la coordinación multinivel entre los diversos agentes e instituciones participantes, mediante un enfoque ascendente (al menos en parte) en los procesos de toma de decisiones (Torre y Traversac, 2011).

En esta investigación se ha utilizado el término gobernanza sin perder de vista que, al destacar la toma horizontal de decisiones, la cooperación y la coordinación de los actores sociales, la autorregulación y la cohesión social, se corre el riesgo de omitir o invisibilizar las desigualdades sociales y económicas existentes, y dejar de lado el análisis de los efectos de esas asimetrías de poder. Para una utilización crítica del concepto de gobernanza es necesario, entonces, distinguir las dimensiones analíticas y normativas asociadas a este término (Graña, 2005; Foyer, 2010).

En ese sentido, se pretendió recuperar el análisis de las desigualdades y los conflictos entre los actores sociales. De no tener esto presente, el uso de la noción puede alentar interpretaciones que destacan exclusivamente las modalidades de construcción de consenso, la cohesión, coordinación y asociación de actores. En definitiva, en esta investigación se apuntó al análisis de las relaciones de poder, las imposiciones y resistencias, las tensiones, enfrentamientos y conflictos presentes en la esfera del mercado y en cada uno de los casos estudiados.

## Sostenibilidad

La sostenibilidad es una característica de los procesos de innovación que se considera debe ser profundizada y desdoblada en su análisis, con vistas a la evaluación de su replicación. En el campo de la autogestión del trabajo, la sostenibilidad puede abordarse en tanto noción imbricada en dos dimensiones: tiempo y eficacia. Según Vázquez (2016), esta puede entenderse como la capacidad de un emprendimiento de perdurar en el tiempo y poseer al mismo tiempo la capacidad efectiva de generar sus propios ingresos. Desde la óptica de la Economía Social y Solidaria (ESS), se identifican al menos dos enfoques al respecto. El primero entiende que el logro de la sostenibilidad implica fortalecer la capacidad de los emprendimientos para competir en el mercado, propendiendo a su eficiencia económica. El segundo enfoque considera que la sostenibilidad depende del desarrollo de instituciones y políticas basadas en principios como la reciprocidad, la redistribución, las economías domésticas y la planificación. Esta última perspectiva implica la posibilidad de contraponer la sostenibilidad económica mercantil estricta, dirigida a evaluar emprendimientos según su capacidad de generar un excedente económico monetario y su capacidad de competir en el mercado, frente a una sostenibilidad socioeconómica o social pensada como capacidad de reproducir la vida, y plural que priorice la pluralidad de principios económicos (Coraggio, 2008, 2011; Deux Marzi y Vázquez 2009; citado en García Tarsia et al., 2019).

Desde el segundo enfoque, resulta factible indagar la sostenibilidad desde intervenciones orientadas a atender la demanda de empleo y de la producción (Hintze y Vázquez, 2011). En esta dirección, se trata de analizar la problemática tensionando la propia noción de sostenibilidad, en la cual se incorporen elementos tales como los subsidios públicos basados en principios de redistribución progresiva y reciprocidad (Coraggio y Federico Sabaté, 2010). Sostenibilidad en tanto consolidación, que representa un momento diferenciado de la fase fundacional (Deux Marzi, 2019). En ese momento de la trayectoria, se alcanza una relativa continuidad intertemporal y unidad organizativa, se normativizan procedimientos y se amplía el horizonte temporal y, por ende, se tornan factibles la ampliación de la escala y el alcance. En una secuencia lógica, se articulan de forma dinámica y estable el desempeño económico (producción, empleo, ingresos) en términos de regularidad y relativa previsibilidad; mientras que en la dimensión organizativa se fundan rutinas e institucionalizan valores y en la dimensión política se consolida un rumbo, sin por ello invalidar la formación de otros proyectos alternativos (Deux Marzi, 2019).

Estos procesos que persiguen, construyen y buscan mantener la sostenibilidad implican un esfuerzo por tensionar las perspectivas economicistas del cual usualmente está imbuida la noción. En términos generales, la sostenibilidad implica trayectoria, estabilidad, a lo largo del tiempo, de una determinada experiencia social organizada. En tanto noción operativa, la trayectoria abarca diversas dimensiones pasibles de ser identificadas en prácticas grupales dirigidas a la consecución de metas (no necesariamente planificadas), resultados y productos. Se trata de procesos situados en la interacción con otras organizaciones y con los dispositivos, en función de un contexto de oportunidades, de programas y de proyectos económicos y sociales, de transacciones económicas y de acceso a tecnologías, de disponibilidad de recursos y en el marco de dinámicas ambientales. Asimismo, la trayectoria, en tanto noción, también resulta aplicable a la transformación intencional de los sistemas productivos y la organización de los actores en el nivel local en función de metas de desarrollo. Por esto, en los estudios ligados a estas metas, resulta usual la noción operativa de “trayectorias de desarrollo” para aludir al desenvolvimiento de un plan o programa, trascendiendo la mera referencia al recorrido organizativo de los actores colectivos (grupos) involucrados (Benencia y Flood, 2005).

En función de lo anteriormente expuesto, la sostenibilidad de las innovaciones identificadas se torna clave en su dimensión sincrónica y diacrónica, es decir, a la luz de la trayectoria que han cursado. Interesa el análisis de esas innovaciones en su dimensión económica desde un enfoque que articula circuitos productivos con tramas de valor –ingresos familiares, producción agropecuaria, estructura de costos y precios, diversidad de productos, ventas, agregado de valor, puestos de trabajo, etc.– (García y Rofman, 2020; Caracciolo, 2014); en su dimensión organizativo/institucional (Cowan Ros, 2016) –formatos organizativos y de gobernanza, alianza con agentes externos, producción de nuevas reglamentaciones estatales, asistencia técnica y financiera externa, etc.–; y también simbólica –identidad, experiencias, emociones, valores, etc.–. Por esa vía, se puede identificar diferentes grados de autonomía que han logrado los agricultores familiares en el sostenimiento de la innovación, según cada dimensión de análisis. A modo de ejemplo, la capacidad de institucionalizar las ferias, a partir de reglamentaciones municipales, brinda un marco formal y cierta autonomía de los aspectos coyunturales de la gestión pública. En el mismo sentido, la capacidad de los agricultores familiares de financiar los costos de gestión, difusión y funcionamiento de la feria con los aportes de los propios feriantes los independiza de los subsidios que puedan recibir de programas estatales y de las inestabilidades de financiamiento que estos suelen tener. El grado de apropiación e identidad con la feria como un proyecto colectivo por parte de los feriantes contribuye a que aporten trabajo y/o recursos para el mantenimiento de la feria, incluso en periodos de crisis en los cuales la feria pueda no ser la mejor opción económica, garantizando su sostenibilidad en el tiempo y cierta prescindencia de subsidios externos.

A través del abordaje diacrónico, se hace foco en la adquisición y/o pérdida de autonomía en las diferentes dimensiones contempladas. El análisis de la trayectoria de cada dimensión puede también iluminar cómo se han gestionado las diferentes amenazas y/o conflictos que han surcado, y

cuáles conocimientos y aprendizajes ha capitalizado el grupo y configuran un recurso para superar nuevos desafíos.

## **Estrategia metodológica: estudios de casos múltiples y su análisis comparativo**

Los procesos de innovación abordados son impulsados y sostenidos por productores familiares, campesinos, consumidores, agentes de desarrollo (estatales o no estatales) que dan formas nuevas y no convencionales a los mercados. Son el producto de acciones y estrategias que se orientan al establecimiento de relaciones de intercambio favorables a productores y consumidores, conciben a los mercados como arenas en las que es posible transformar las formas del intercambio tradicionales, establecer alianzas, dispositivos y normativas que sostengan estas innovaciones. La construcción de este tipo de canales y modos de relacionamiento de la producción y el consumo, moviliza saberes localizados. Los sujetos que participan e impulsan estos procesos innovadores son productores de conocimiento –conocimientos diferentes de los académicos, pero válidos en tanto maneras de dar sentido y orientar las prácticas de los actores–.

Para comprender los procesos de innovación y las lógicas y saberes que los condicionan y dan forma, se adopta un diseño cualitativo de investigación que prioriza estrategias de trabajo interactivo, de interlocución y de diálogo. La investigación cualitativa comprende una lógica de intercambio y de reciprocidad entre las diversas modalidades del conocimiento y está marcada por el reconocimiento de los otros como sujetos que piensan, comprenden, postulan valores y se proponen modelos de desarrollo específicos y propios. Dar cuenta de las innovaciones, comprender las mismas en los términos de los significados que las personas les otorgan y acceder a los saberes movilizados en estos procesos, requiere la adopción de estrategias de investigación focalizadas en cierto tiempo y espacio, la observación detallada del contexto en el que emergen esas innovaciones y prácticas interpretativas constantes (Denzin y Lincoln, 2011).

En este marco, la realización de un estudio de casos múltiples (Stake, 1999) permitió comprender las lógicas y modos que siguen los procesos de construcción de mercados y de agregación de valor en situaciones donde agricultores familiares y sus organizaciones, consumidores y otros actores proceden de acuerdo a sus intereses y lo hacen en forma autónoma. Los estudios se propusieron dar respuesta a un mismo conjunto de preguntas generales referidas a la relación entre las innovaciones institucionales, organizacionales, las políticas públicas, las modalidades participativas de la gestión y la transformación de las formas de acceso de la agricultura familiar al mercado. En función de la diversidad de las experiencias incluidas en el estudio se definieron dimensiones de análisis comunes para hacer posible la comparación posterior.

Las técnicas cualitativas y, entre ellas, las que favorecen la participación directa de los actores sociales son las que mejor se ajustan a la producción de la información necesaria para la comprensión profunda de los procesos de innovación analizados. En este sentido, la observación directa, las entrevistas semidirigidas y no directivas, los talleres y diferentes

técnicas participativas se aplicaron de acuerdo a la especificidad de cada experiencia.

A través de entrevistas semiestructuradas fue posible reconstruir las percepciones y valoraciones de los sujetos, sus perspectivas y los sentidos que atribuyen a los diferentes elementos de los procesos de innovación (Létoumeau, 2009; Guber, 2001; Restrepo, 2016).

La observación directa en campo permitió reconstruir el flujo de las prácticas sociales, las interacciones, los artefactos que hacen parte de canales de comercialización y mercados (Guber, 2001). En función de las particularidades de ciertos procesos, se incluyeron grupos focales y otras técnicas.

La implementación de talleres, la construcción colectiva de mapas de actores y de la historia de la innovación, fueron otras de las técnicas utilizadas. Así mismo se planteó la realización de videos participativos o videos mínimos como herramienta de investigación y dinamización.

Según lo expuesto, los estudios en profundidad de cada caso, buscan comprender la singularidad del mismo, aunque, simultáneamente, se quiere extender, trasponer ese conocimiento a otros casos, generalizar dicho conocimiento. Los diseños de investigación de casos múltiples son adecuados, para la construcción y desarrollo de teoría a partir del análisis comparativo (Neiman y Quaranta, 2006). El tipo de generalizaciones a las que da lugar la investigación por casos múltiples no revisten la forma de enunciados universales, ni tienen un carácter estadístico centrado en la presencia de variaciones concomitantes entre variables (Passeron y Revel, 2005), ya que los hechos sociales son inseparables de los contextos históricos y territoriales. Sobre esta base, la comparación en este estudio, concilia el análisis detallado de cada proceso, el abordaje holístico e interpretativo de los estudios de caso, con el interés en construir modelos e interpretaciones capaces de ser extrapolados a experiencias análogas.

Cada una de las descripciones de los casos toma como objeto un proceso de innovación productiva y/o de comercialización de agricultores familiares y consumidores. El análisis comparativo de las descripciones de los casos en Bolivia, España y Argentina se planteó determinar patrones comunes, identificar tendencias generales, y describir las pautas observables en esos estudios. Debido a que los casos indagados en los tres países resultaron diversos, el conjunto de dimensiones consensuado previamente por los integrantes de los equipos de investigación, configuró un dispositivo útil a la hora de comparar las experiencias. No obstante, como cada estudio de caso ha sido descrito en profundidad, fue posible incorporar en el estudio comparativo dimensiones no contempladas en el listado común, permitiendo no sólo ahondar en la complejidad propia de cada caso, sino brindar mayores posibilidades para el análisis.

El análisis comparativo de los estudios de caso realizados en cada país se basó en la información primaria y secundaria reunida en relación a cada uno de los estudios, así como los informes de avance y finales de los estudios de caso elaborados. El objeto de análisis son los procesos de desarrollo

innovadores en formas alternativas de intercambio comercial de alimentos, y se centra en los siguientes ejes: innovación, gobernanza y mercados. Sobre esta base, y de manera transversal, el esquema comparativo se realizó a través de las siguientes dimensiones y variables de análisis:

**1) Dimensiones sincrónica y diacrónica de las innovaciones:** i) elementos de gobernanza que las obstaculizan y/o favorecen; ii) formas de aprendizaje social/colectivo, su consolidación y formas de transmisión y replicabilidad; iii) dinámicas organizativas (división del trabajo por género y clase, reproducción y transformación temporal/espacial); iv) procesos de sostenibilidad: normativa, organizacional, funcional, financiera; formatos de capacitación, difusión, abastecimiento; institucionalización de mercados, identidad colectiva y apropiación del proyecto por los agricultores/consumidores; capacidad de autofinanciamiento para costos de gestión, difusión y funcionamiento de la experiencias.

**2) Lugar que ocupan las innovaciones en las estrategias de reproducción de las familias productoras:** i) trayectoria organizativa (origen, dimensión, institucionalización, persistencia espacial/temporal, formación y reproducción de liderazgos); ii) trama asociativa: relaciones de género y división sexual del trabajo en la unidad predial *vis a vis* en las formas colectivas, horizontalidad en la toma de decisiones, elaboración de costos en función de precios justos, inserción en la trama del sector de la Economía Social y Solidaria, capacitación y formación, canalización y resolución de conflictos, formación e incremento de ingresos, construcción de derechos laborales (monotributo social, aportes previsionales, seguros), compatibilidad de las estrategias de reproducción social domésticas con las colectivas.

**3) Estrategias de las organizaciones de agricultores familiares en los procesos de innovación tecnológica, socioeconómica y cultural, focalizando en las características de normativas públicas en la reproducción de las tramas de valor:** i) características de las tramas de valor que constituyen los mercados (tramas cortas y largas; productos, volúmenes, logística, papel de las administraciones y/o políticas públicas); ii) devenir y sostenibilidad de alianzas y convergencias con otros actores (consumidores, autoridades gubernamentales, agentes de desarrollo, etc.), producción de nuevas normativas gubernamentales (provinciales, municipales, etc.) que brinden institucionalidad y sostenibilidad a las experiencias, capacitaciones, etc.; iii) características de los circuitos productivos en las cuales se despliegan las tramas de valor –ingresos familiares, producción agropecuaria, estructura de costos y precios, diversidad de productos, ventas, agregado de valor, puestos de trabajo, etc.

En síntesis, el análisis comparativo se propuso obtener orientaciones teóricas, partiendo del análisis de este grupo de casos, construir interpretaciones sobre los patrones que se observan en las innovaciones y derivar orientaciones para plantear modos de intervención desde el Estado que faciliten estos procesos de comercialización y potencien sus impactos.

## Bibliografía

**Aleman, C. et al. (2014)**, *Programa Nacional para el Desarrollo y la Sustentabilidad de los Territorios: documento base y estructura organizativa*, Ediciones INTA, CABA.

**Alexander, P. (1992)**, "What's in a price: Trading practices in peasant (and other) markets", en *Contesting markets: analyses of ideology, discourse and practice*, Dilley, R. (ed.), Edinburgh University Press, Edinburgh, pp. 79-96.

**Applbaum, K. (2005)**, "The anthropology of markets", en *A handbook of economic anthropology*, Carrier, J. G. (ed.), Cheltenham Elgar, pp. 275-289.

**Baker, W. E. (1984)**, *The Social Structure of a National Securities Market*. *The American Journal of Sociology*, n° 89, pp. 775-811.

**Benencia, R.; Flood, C. (2005)**, "Trayectorias institucionales y campo de relaciones", en Benencia, R. y Flood, C. (eds.), *Trayectorias y contextos. Organizaciones rurales en la Argentina de los noventa*, Buenos Aires, Cederu/ Editorial La Colmena, Buenos Aires, pp. 1-18.

**Blau, P. M. (1964)**, *Exchange and power in social life*, New York.

**Bourdieu, P. (1999)**, "Comprender", en Bourdieu, P., *La miseria del mundo*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1999.

**Burt, R. S. (1992)**, *Structural holes: the social structure of competition*, Harvard University Press, Cambridge.

**Callon, M. (1998)**, *The laws of the markets*, Blackwell, Oxford.

**Callon, M. (1999)**, "ANT - the market test", en *Actor Network Theory and After*, Law, J.; Hassard, J. (eds.), Blackwell, Oxford, pp. 181-195.

**Callon, M. (2007)**, "What does it mean to say that economics is performative?", en *Do economists make markets?: on the performativity of economics*, MacKenzie, D.; Muniesa, F., Princeton University Press, Princeton, NJ, pp. 311-357.

**Callon, M.; Muniesa, F. (2005)**, *Economic markets as calculative collective devices*. *Organization studies*, n° 26, pp. 1229-1250.

**Caracciolo, M. (2014)**, "Construcción de tramas de valor y mercados solidarios", en García, A. (comp.), *Espacio y poder en las políticas de desarrollo del siglo XXI*, CEUR Conicet, Buenos Aires.

**Carrier, J. G. (1997)**, *Meanings of the market: the free market in western culture*, Berg, Oxford.

**Coase, R. H. (1988)**, *The firm, the market and the law*, University of Chicago Press, Chicago.

**Coraggio, J. L.; Sabaté, A. F. (2010)**, *Emprendimientos socioeconómicos asociativos: su vulnerabilidad y sostenibilidad*, Ediciones UNGS, Los Polvorines.

**Cowan Ros, C. (2016)**, *Estatualidades, políticas públicas y movimientos sociales en su configuración interdependiente: una perspectiva analítica*, Red Contested Cities, WP 16007, Universidad Autónoma de Madrid.

**Delgado Burgoa, R. (2010)**, *Investigación participativa revalorizadora e innovación tecnológica. Enfoque transdisciplinar en la innovación de saberes agropecuarios. Experiencia piloto de producción y mercadeo de pito de Cañahua y Charque de llama en la comunidad Tallija-Confital (Cochabamba, Bolivia)*, Plural Editores, La Paz.

**Denzin, N.; Lincoln, Y. (2011)**, "Introducción general. La investigación cualitativa como disciplina y como práctica", en Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S., *Manual de Investigación cualitativa, Vol. I, El campo de la investigación cualitativa*, Editorial Gedisa.

**Denzin, N.; Lincoln, Y. (2013)**, *Estrategias de investigación cualitativa*, Editorial Gedisa, España.

**Di Maggio, P. J.; Powell, W. W. (1983)**, "The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields", *American sociological review* nº 48, pp. 147-160.

**Deux Marzi, M. V. (2019)**, *Régimen de trabajo y participación en los procesos de recuperación de empresas en Argentina en el nuevo siglo*, *Org & Demo*, (20) 1, pp. 7-26.

**Dilley, R. (1992a)**, *Contesting markets: analyses of ideology, discourse and practice*, Edinburgh University Press, Edinburgh.

**Ekeh, P. (1974)**, *Social exchange theory: the two traditions*, London.

**Etzioni, A. (1988)**, *The moral dimension: toward a new economics*, Free Press, New York.

**Fligstein, N. (2001)**, "Markets as institutions", en *The architecture of markets*, Princeton University Press, Princeton, NJ, pp. 27-44.

**Fligstein, N.; Dauter, L. (2007)**, *The sociology of markets. Annual review of sociology*, nº33, pp. 105-128.

**Foyer, J. (2010)**, *Introducción general: gobernanza económica y política en un mundo indígena en vía de transformación. ¿Desarrollo con identidad? Gobernanza económica indígena, siete estudios de caso*, Flacso-IFEA, pp.23-43.

**García Tarsia, A; Dalia, L; García, I. L.; Rosa, P.; García, A. (2019)**, "Políticas estatales municipales y procesos asociativos: márgenes y desafíos para la ESS (San Martín, provincia de Buenos Aires, 2018-2019)", XIII Jornadas Nacionales de Investigadores en Economías Regionales, Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), Los Polvorines.

**García, A.; 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, Associação nacional de pós-graduação e pesquisa em planejamento urbano e regional*, 22 (1).

**Gazolla, M. (2014)**, "Enfoques teóricos em tecnologia e inovação: aplicações aos estudos em desenvolvimento rural", en conterato et al. (organizadores), *Pesquisa em desenvolvimento rural. Aportes teóricos e Proposições Metodológicas*, Vol. 1, Ufrgs Editorial.

**Gerring, J. (2015)**, "¿Qué es un estudio de caso y para qué sirve?", en Castiglioni, R.; Fuentes, C., *Política comparada sobre América Latina: teorías, métodos y tópicos*, Ediciones Universidad Diego Portales, 2015.

**Gimenez, G. (2012)**, "El problema de la generalización en los estudios de caso", en *Cultura y representaciones sociales*, Vol. 7, nº 13.

**Goffman, E. (1963)**, *Encounters: two studies in the sociology of interaction*, Third edition, Bobbs-Merrill, Indianapolis.

**Granovetter, M. (1973)**, "The strength of weak ties", *The American journal of sociology*, nº 76, pp. 1360-1380.

- Granovetter, M. (1985)**, "Economic action and social structure: the problem of embeddedness", *The American journal of sociology*, nº 91, pp. 481-510.
- Gudeman, S. (2008)**, *Economy's tension: the dialectics of community and market*, Berghahn Books, New York.
- Heath, A. F. (1976)**, "Decision making and transactional theory", en Kapferer, B., *Transaction and trading: Directions in the Anthropology of exchange and symbolic behavior*, Philadelphia, Institute for the study of human issues, pp. 25-40.
- Hinrichs, C. C. (2000)**, "Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market", *Journal of rural studies*, nº 16, pp. 295-303.
- Hintze, S.; Vázquez, V., (2011)**, "A modo de introducción a la problemática del trabajo asociativo y autogestionado", en Danani, C.; Hintze, S. (coords.), *Protecciones y desprotecciones: la seguridad social en la Argentina 1990-2010*, UNGS, Buenos Aires, Los Polvorines, pp. 187- 198.
- Hirschman, A. O. (1977)**, *The passions and the interests: political arguments for capitalism before its triumph*, Princeton University Press, Princeton, NJ.
- Homans, G. C. (1958)**, "Social behavior as exchange", *The American journal of sociology* nº 63, pp. 597-606.
- Joas, H. (1996)**, *The creativity of action*, Polity Press, Cambridge.
- Kapferer, B. (1976)**, "Introduction", en *Transaction and trading: Directions in the Anthropology of exchange and symbolic behavior*, Kapferer, B., Institute for the study of human issues, Philadelphia, pp. 1-21.
- Knorr-Cetina, K.; Bruegger, U. (2002)**, "Global Microstructures: The virtual societies of financial markets", *The American journal of sociology*, nº 107, pp. 905-950.
- Latour, B. (2005)**, *Reassembling the social. An introduction to Actor Network Theory*, Oxford University Press, New York.
- Long, N. (2007)**, *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*, Ciesas, México, D.F.
- Lundvall, B. A. (2002)**, "Hacia una economía del conocimiento: Estados-nación, capital social y desarrollo económico. Un enfoque sistémico de la creación del conocimiento y el aprendizaje en la economía global", *Revista de economía mundial*, nº 7, pp. 69-90.
- Lundvall, B. A. (2016)**, *The learning economy and the economics of hope*, Anthem Press, United Kingdom.
- Malinowski, B. (1922)**, "Argonauts of the western pacific: an account of native enterprise and adventure in the archipelagoes of Melanesian New Guinea". *Studies in economics and political science*, nº 65, Routledge, London.
- Mauss, M. (1970 [1925])**, *The gift: forms and functions of exchange in Archaic societies*, London.
- Matos Viegas, S. (2009)**, "Can anthropology Make Valid generalizations? Feelings of Belonging in the Brazilian Atlantic Forest", en *Social analysis*, Vol. 53, Issue 2, Summer 2009, pp. 147-162.
- Muniesa, F.; Callon, M. (2007)**, "Economic experiments and the construction of markets", in *Do economists make markets?: On the performativity of economics*, MacKenzie, D.; Muniesa, F. (eds.), Princeton University Press, Princeton, NJ, pp. 163-189.

- Moors, E. H. M.; Rip, A.; Wiskerke, J. (2004)**, *"The Dynamics of Innovation: A Multilevel Co-Evolutionary Perspective"*, en Wiskerke J. S. C.; van der Ploeg, J. D. (2004), *Seeds of Transition. Essays on novelty production, niches and regimes in agriculture*.
- Naredo, J. M. (2006)**, *Raíces económicas del deterioro ecológico y social*, Ed. Siglo XXI, Madrid.
- Neiman, G.; Quaranta, G. (2006)**, "Los estudios de caso en la investigación sociológica", en Vassilachis de Gialdino, I., *Estrategias de Investigación Cualitativa*, Editorial Gedisa.
- North, D. (1990)**, *Institutions, institutional change and economic performance. The political economy of institutions and decisions*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Parkin, D. (1976)**, "Exchanging words", en *Transaction and trading: directions in the anthropology of exchange and symbolic behaviour*, Kapferer, B. (eds.), Institute for the Study of Human Issues, Philadelphia, pp. 163-190.
- Passeron, J. C.; Revel, J. (2005)**, "Penser par cas. Raisonner à partir de singularités", *Penser Par Cas*, pp. 9-44.
- Pinch, T.; Bijker, W. (1984)**, "La construcción social de hechos y artefactos: o acerca de cómo la sociología de la ciencia y la tecnología pueden beneficiarse mutuamente", en Thomas, H.; Buch, A. (coords.), Lalouf, A.; Fressoli, M. (colabs.), *Actos, actores y artefactos, Sociología de la tecnología*, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, pp. 19-62 (2008).
- Ragin, C. (2000)**, "Introduction: cases of what is a case?", en Ragin, C.; Becker, H., *What is a case: Exploring the foundations of social inquiry*, Cambridge University Press, New York, pp. 1-17.
- Reardon, T.; Berdegué, J. A. (2002)**, "The rapid rise of supermarkets in Latin America: challenges and opportunities for development", *Development policy review*, nº 20, pp. 371-388.
- Smelser, N.; Swedberg, R. (1994a)**, *The handbook of economic sociology*, University Press, Princeton.
- Sousa Santos, B. (2007)**, "Más allá de la gobernanza neoliberal: el Foro Social Mundial como legalidad y política cosmopolitas subalternas", en *El derecho y la globalización desde abajo: Hacia una legalidad cosmopolita*, Sousa Santos, B.; Rodríguez Garavito, C. A. (eds.), Editorial Anthropos, México.
- Stake, R. E. (1999)**, *Investigación con estudio de casos*, Ediciones Morata, Madrid.
- Stake, R. E. (2013)**, "Estudios de casos cualitativos", en Denzin, N.; Lincoln, Y., *Estrategias de investigación cualitativa*, Editorial Gedisa, España.
- Stiegert, K. W.; Sharkey, T. (2008)**, "Food pricing, competition, and the emerging supercenter format", *Agribusiness*, Vol. 23, nº 3, pp. 295-312.
- Storr, V. H. (2007)**, "The Market as a Social Space", en *Working paper 77*, Mercatus Center, George Mason University, Washington D. C.
- Swedberg, R. (2003)**, *Principles of economic sociology*, Princeton University Press, Princeton, NJ.
- Thomas, H. et al. (2008)**, "Presentación Estudios sociales de la tecnología: ¿hay vida después del constructivismo?", en *Revista Redes*, Vol. 14 (27), mayo.
- Valles, M. (1999)**, *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*, Editorial Síntesis, Madrid.

**Van der Ploeg, J. D. (2004)**, "On regimes, novelties, niches and coproduction", en Wiskerke J. S. C.; van der Ploeg, J. D., *Seeds of Transition. Essays on novelty production, niches and regimes in agriculture*.

**Vincent, D. (1981)**, "Cómo adelantar una investigación mediante entrevistas", en White, H. C., *Where Do Markets Come From? The American journal of sociology*, nº 87, pp. 517-547.

**Williamson, O. E. (1994)**, "Transaction cost economics and organization theory", in *The handbook of economic sociology*, Smelser, N.; Swedberg, R., Princeton University Press, Princeton, pp. 77-107.

**Yin, R. K. (1984)**, *Case study research: design and methods*, Sage, London.

**Vazquez, G. (2016)**, "La viabilidad y sostenibilidad de las experiencias de trabajo asociativo y autogestionado desde una perspectiva plural", *Revista de la academia*, Vol. 2.