

# Los circuitos cortos de comercialización y su relación con los estilos de producción. Un estudio de caso en pequeños productores hortícolas de Santiago del Estero, Argentina.

*Camila Mariana Infante y María Victoria Suárez.*

---

## **Resumen.**

El presente artículo da cuenta de la relación entre circuitos cortos de comercialización y estilos de producción de la agricultura familiar mediante la revisión de marcos teóricos y la realización de un estudio de caso en la Feria Frutihortícola Familiar de Santiago del Estero, en el cual se podrán visibilizar sus lógicas de funcionamiento como un espacio que une el campo (desde la esfera de la producción familiar en zonas periurbanas) con la ciudad (desde la esfera de la comercialización de mercadería), entendiendo este vínculo como necesario para el despliegue del potencial de la agricultura familiar. Asimismo, se describirá el estilo de producción de una familia productora a los fines de comprender la complejidad del sector y los vínculos que se generan con la feria. La metodología utilizada es de tipo cualitativa que incluye la realización de entrevistas semi estructuradas y visitas al campo.

**Palabras clave:** circuitos cortos; Agricultura Familiar; estilos de producción; desarrollo rural.

**Universidad Nacional de Santiago del Estero. Argentina.**

E-mail: [camilainfante36gmail.com](mailto:camilainfante36gmail.com)  
[victoriasuarez\\_4@hotmail.com](mailto:victoriasuarez_4@hotmail.com)

Recibido: 03/04/2020 - Aceptado: 15/06/20

## **Short marketing circuits and their relation to production styles. A case study in small horticultural producers in Santiago del Estero, Argentina.**

---

### **Abstract**

This article gives an account of the relationship between short marketing circuits and family farming production styles by reviewing theoretical frameworks and conducting a case study at the Family Fruit and Vegetable Fair in Santiago del Estero, where their operating logics as a space that unites the countryside (from the sphere of family production in peri-urban areas) with the city (from the sphere of merchandise commercialization), understanding this link as necessary for the unfolding of the potential of family farming. In like manner, the production style of a production family will be described in order to understand the complexity of the sector and the links that are generated with the fair. The methodology used is of a qualitative type that includes semi-structured interviews and field visits.

**Kay words:** Short marketing circuits; Family Farming; production styles; rural development.

### **Introducción**

La agricultura familiar es un sector productivo que contempla diferentes estilos de producción y presenta algunas dificultades al momento de vincularse al mercado clásico de producción y comercialización de alimentos. Es por eso que resulta necesario estudiar y consolidar (no sólo desde la academia sino también en articulación con organismos públicos y privados promotores del desarrollo rural y las organizaciones sociales) circuitos cortos de comercialización (CCC), tales como las ferias de la agricultura familiar, que respondan de forma más apropiada a los valores, lógicas y estilos de producción del sector en cuestión.

La agricultura familiar es uno de esos fenómenos que las sociedades occidentales encuentran cada vez más difíciles de entender. Esto se debe a muchas razones. Una de ellas es que resulta extraña a la lógica burocrática, los protocolos formalizados y la lógica industrial, que dominan cada vez más nuestras sociedades. Esto hace que la agricultura familiar se vea, a la vez, como algo anacrónico e incluso anárquico, y al mismo tiempo como algo atractivo y seductor. La agricultura familiar es también difícil de captar porque es, en esencia, un fenómeno complejo, multiestratificado y multidimensional (Van der Ploeg, 2014: 61).

El sector productivo, en este sentido, se encuentra asociado al concepto de agricultura económica; es decir, a procesos de baja mercantilización, artesanidad e intensificación de la mano de obra familiar (Van der Ploeg, 2001, 2008; Craviotti, 2011; Paz, 2017; Suárez, 2018).

En Argentina, el sector representa el 66% del total de explotaciones agropecuarias (EAP's) y en Santiago del Estero esa cifra se eleva al 83% (Rodríguez Sperat et al., 2014), lo que revela

una importante presencia en la estructura agraria y productiva del país y de la provincia. Como consecuencia de esto, diversos estudiosos del tema advierten acerca de la importancia de consolidar mercados que sean más apropiados para desarrollar su potencial (Rodríguez Sperat et al., 2015; Caracciolo 2016; Craviotti, 2011). Se trata entonces de indagar acerca de “mercados emergentes”, “nuevos mercados anidados” (Van der Ploeg et al., 2012), “mercados no tradicionales” (Durstewitz y Escobar, 2006) o “mercados alternativos”, donde los agricultores familiares pueden obtener mayores beneficios a partir del despliegue de sus propias estrategias (Carmagnani, 2008).

Los CCC se presentan como formas comerciales más adecuadas a los estilos de producción de la agricultura familiar debido principalmente a la eliminación de intermediarios. De esta particularidad se desprenden algunos beneficios para el sector tales como la obtención de mayores ingresos por la venta de mercadería, la construcción de un vínculo productor- consumidor y el acceso por parte de los consumidores a productos diferenciados, frescos y de temporada (Alcoba y Dumarauf, 2011; INTA, 2019; Suárez et al., 2016; Caracciolo, 2016; Rodríguez Sperat et al., 2014; Craviotti, 2011).

Las ferias de la agricultura familiar (FAF), además de representar espacios públicos que brindan visibilidad al sector (Dos Anjos et al., 2005), son “modelos institucionales alternativos” que se caracterizan por un modo de vender donde los productores tienen un control colectivo sobre qué se vende, cómo y a qué precio (Manzanal, 2003). En esta línea, Paolasso y Mertins, las definen como “mercados periódicos” o “mercados semanales”. Para los autores, estos mercados son centros de comunicación para su zona de influencia y, sobre todo, una forma especialmente tradicional de venta -a cielo abierto- de los pequeños productores familiares realizada de manera pública, regulada y aceptada por oferentes y demandantes. Los autores agregan que es en estos espacios donde se llevan a cabo ciclos económicos locales y donde se pueden observar elementos espacio- estructurales esenciales y funciones económicas y sociales importantes<sup>1</sup>.

En Argentina, la primera feria de agricultura familiar (FAF) tuvo lugar en Oberá, Misiones, en el año 1995 como respuesta de siete productores a la necesidad de poner en valor sus producciones, en medio de una profunda crisis de las economías regionales provocada por el Plan de Convertibilidad y el Decreto de desregulación de la Economía de 1991. Debido al éxito, la iniciativa se propagó por el interior de Misiones y por algunas provincias del NEA y NOA (Caracciolo, 2016; Secretaría de Estado de Agricultura Familiar, s.f.).

En Santiago del Estero existen muchas experiencias comerciales de este tipo que fueron sistematizadas en su abordaje desde aspectos organizacionales, económicos, sociales, institucionales, etc. Entre ellas, la Feria de Villa Rio Hondo del departamento Rio Hondo analizada por Paz et al. (2013) desde perspectivas político- institucionales; la Feria Frutihortícola Familiar (FFHF) llevada a cabo en los departamentos Banda y Capital analizada por Merlo et al. (2016) desde una mirada comercial y organizacional; y la Feria del grupo pre- cooperativo Progreso Familiar de la Región Banda- Jiménez estudiada por Suárez et al. (2016) a partir de dimensiones organizacionales e institucionales.

---

<sup>1</sup> Las ferias se orientan principalmente al consumo local y se desarrollan en las cercanías de sus explotaciones (generalmente en espacios públicos), sirviendo al abastecimiento de las poblaciones aldeanas conectando las poblaciones rurales y urbanas al mismo tiempo que cumplen un rol importante como abastecedores de alimentos estacionales y frescos. Para los y las feriantes representa la generación de un ingreso alternativo.

En este trabajo se tomará como caso de estudio la experiencia de la FFHF (originalmente llamada FERISAF). Se propone analizar la relación entre los circuitos cortos de comercialización y los estilos de producción que despliegan los agricultores familiares, siendo la feria el circuito elegido para el abordaje de esta temática.

Los principales resultados de este trabajo fueron obtenidos a partir de la realización de las primeras aproximaciones al campo en el marco de la realización de la tesis doctoral de una de las autoras. Se llevaron a cabo visitas a las ferias y también se efectuaron recorridos por los predios de los productores. Las técnicas metodológicas que acompañaron estos primeros encuentros fueron la observación directa, entrevistas semi estructuradas y entrevistas en profundidad a los agricultores familiares involucrados. Se trabajó, además, con información secundaria proveniente de encuestas, sistematizaciones de datos, artículos científicos actualizados de la literatura específica, medios informativos tales como páginas web, estadísticas locales, entre otros.

La elección del caso de estudio se debe a tres razones fundamentales. En primer lugar, la feria es un tipo de circuito corto de comercialización -no así el único- en el que participan dichos actores y que ha logrado mantenerse en el tiempo desde su creación. En segundo lugar, porque detrás de la feria se esconden diversos estilos de producción que dieron forma a emprendimientos productivos viables, perdurables y con proyección futura, que responden a una lógica de reproducción social y material de la agricultura familiar. En tercer lugar, debido a los vínculos que las autoras de este artículo -así como el equipo de trabajo en el que se insertan- mantienen con los feriantes en distintas instancias institucionales: proyectos de asistencia técnica, sistematizaciones de información, entre otras; lo cual facilita el intercambio entre productores e investigadores en un contexto de confianza.

La exposición del trabajo se organiza en tres partes. Primero se presenta brevemente el caso de la feria describiendo las características principales donde se llevan a cabo los espacios de venta y las condiciones agroecológicas donde producen los agricultores familiares. En un segundo momento se analiza la feria como un circuito corto de comercialización (mencionando, además, otros circuitos de venta que fueron construyendo los productores) a partir de las siguientes dimensiones: ubicación geográfica de la feria y de las fincas de los feriantes; factores que incidieron en la conformación de la feria; presencia o no de apoyos externos; tipo de organización que nuclea a los feriantes; tipo de productores involucrados; condición socio económica de los consumidores que se acercan a los espacios de venta; posibilidades reales de vender los productos; los mecanismos a través de los cuales fijan los precios; el tipo de relación que mantienen con los clientes de los diversos canales comerciales; tipo de vínculo entre territorio, cliente y producto; beneficios alcanzados; y el reconocimiento de algunas problemáticas que surgen de la observación y las entrevistas. En un tercer momento, se analizan los estilos de producción que pone en práctica una familia productora involucrada en la feria a partir de dimensiones como: ubicación geográfica del terreno; superficies trabajadas; tipo de producción; organización del trabajo; tipo de mano de obra utilizada; recursos tecnológicos, modalidades de manejo de las unidades productivas; tipo de riego, entre otras. Luego se enuncian las reflexiones que emergen del análisis del estilo de producción de la familiar. Finalmente se exponen las conclusiones del trabajo.

## **Una aproximación al caso: la estructura hortícola de la provincia y la Feria Frutihortícola Familiar**

La estructura productiva de Santiago del Estero se divide en dos grandes áreas: el área de riego y el área de secano. Para lograr un seguimiento más operativo, el área de riego ha sido dividida en cinco zonas (I, II, III, IV, V) en base a sus condiciones fisiográficas y cuencas naturales de drenaje, lo que permite a los especialistas analizar de forma exhaustiva las actividades económicas desplegadas en cada zona (Facultad de Agronomía y Agroindustrias. UNSE, 2000).

El departamento Banda se ubica en el área de riego de la provincia (zona II). El área de riego se caracteriza por la presencia de pequeños productores en un 75%, de medianos productores en un 20% y de grandes productores en un 4% aproximadamente, distribuidos en los departamentos circundantes al río Dulce que trabajan las tierras fértiles y aprovechan los canales de riego cercanos<sup>2</sup>. En consecuencia, es un área capaz de aportar significativamente al valor bruto de la producción agrícola caracterizada sobre todo por superficies implantadas de alfalfa, algodón, hortalizas, maíz, trigo y soja. En la actividad ganadera, las principales producciones son cría y engorde de bovinos, leche bovina, carne y leche caprina (Facultad de Agronomía y Agroindustrias. UNSE, 2000).

El escenario geográfico al cual pertenecen los productores que conforman la FFHF se ubica en los parajes Colonia Argentina, Cuatro Horcones, Tramo 18 y San José del departamento Banda, que conforma el Cinturón Frutihortícola de la provincia, también conocido como “el cordón periurbano de la ciudad bandeña”. Este departamento se ubica al centro-oeste de la provincia y limita al norte con el departamento Jiménez, al sur con el departamento Robles y la capital provincial, y al este con el departamento Figueroa (Merlo et al., 2016).

Se trata de una feria que reúne a los productores, vinculados a la organización “Por nuestro pueblo de Cuatro Horcones”, los días jueves y viernes en el Parque Oeste y en el Salón de la Iglesia San Francisco en el departamento Capital en el horario de 7 a.m. a 13 p.m.; mientras que los sábados en el mismo horario se lleva a cabo la feria en la ciudad de La Banda. Entre las hortalizas de producción propia que siempre están a la venta se pueden encontrar: acelga, lechuga, achicoria, rúcula, remolacha, batata, zapallo coreanito, cebolla de verdeo, zanahoria, cebolla cabeza, entre otros. A la venta de hortalizas de producción propia se agregan la reventa de frutas de estación, y eventualmente participan productores de quesos, pescados, pollos, pizzas y empanadas.

Cada familia se hace cargo del traslado del feriante, de su tablón, su gazebo (si lo tuviere) y de su mercadería. Mientras que algunos lo hacen en vehículos propios, otros piden prestado un auto o una camioneta, y otros pagan un flete. En referencia a esta cuestión, una de las feriantes comenta “antes lo hacíamos en carro (a caballo) hasta que la municipalidad nos prohibió hacerlo. También tuvimos que venir en moto algunos, pero era un poco peligroso” (entrevista a feriante 1).

En las cinco visitas realizadas en el año 2019 a la feria de La Banda se pudo observar que entre 70 y 100 personas concurren en el horario de 8 a.m. a 13 p.m. Generalmente se tratan de mujeres entre 30 y 80 años; y hombres entre 50 y 80 años, quienes disfrutan de un pequeño paseo por todos los puestos, preguntan y comparan precios, establecen charlas de diversa índole con los productores y se reencuentran con vecinos, amigos o conocidos.

<sup>2</sup> Para la obtención del riego, los productores deben pagar un impuesto que puede ser de tipo mensual, anual o discontinuo según la necesidad en el predio y las posibilidades de pago de la familia.

Las ferias de Capital funcionan de un modo diferente. Al situarse a 15 km aproximadamente de sus predios, del total de productores-feriantes, solo cinco o siete asisten a estos espacios ya que los demás no disponen de vehículo, no pueden o no están dispuestos a pagar un flete. Los productores que sí concurren funcionan bajo un régimen de rotación que se organiza, se coordina y se respeta: mientras que dos familias se instalan un jueves en el Parque Oeste, las otras se disponen a vender en el Salón de la Iglesia San Francisco los viernes. La siguiente semana rotan y así sucesivamente. La feria del Parque Oeste reúne entre 20 y 40 personas quienes asisten de forma espaciada en el horario de 9 a.m. a 14 p.m., siendo esta feria, en palabras de la feriante 2 “*mucho más organizada y tranquila porque somos solo dos familias las que feriamos aquí*”.

Se puede observar un ambiente ameno para trabajar sin superponer la atención de un cliente sobre otro como sucede en La Banda debido a la gran cantidad de gente que concurre allí. Respecto a la feria del Salón San Francisco, a pesar de que hasta el día de la fecha no se pudo realizar una visita, se puede afirmar que el movimiento en este lugar es mucho menor y los clientes no tienen tanto interés en hablar con los feriantes o entre ellos. Pues, como agrega la feriante 2, al tratarse de una zona céntrica y acaudalada:

*“los clientes compran sin medir aquí y en el Parque Oeste y no pelean el precio. Se nota la diferencia en el nivel económico con los clientes de La Banda. Si bien son menos los que van al Salón de la Iglesia, sacamos buena plata porque les gusta llevar mucha mercadería; en cambio en La Banda van muchas personas, pero la mayoría lleva poquitas cosas y quieren que les bajemos el precio. Así, en los tres lugares vendemos bastante bien” (entrevista a feriante 2).*

Con esta breve presentación del caso, a continuación, se profundizan algunos aspectos mencionados teniendo en cuenta a la feria como un circuito corto de comercialización.

### **La feria como circuito corto de comercialización**

La FFHF fue el resultado de un convenio del año 2011 entre las municipalidades de la ciudad de La Banda y Capital con el Programa Social Agropecuario o PSA (que luego se institucionalizó como Secretaría de Agricultura Familiar -SAF-, dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación). El PSA tuvo vigencia entre los años 1993 y 2013 y representó una herramienta para la mejora de las condiciones de familias rurales a través del trabajo conjunto del Estado con las organizaciones de productores, desde sus propias comunidades .

El objetivo principal de este convenio era potenciar el desarrollo de los pequeños productores<sup>3</sup> hortícolas mediante la construcción de canales comerciales más cortos y directos, lo que refleja la respuesta por parte del Estado a una demanda social de los agricultores familiares. El convenio concluyó con un trabajo conjunto entre las instituciones públicas (municipalidades y SAF) y la organización que vincula a estos productores, teniendo como finalidad específica la creación de la feria para aliviar las dificultades que experimentaban los mismos al momento de comercializar sus productos debido a la gran cantidad de intermediarios presentes en las largas cadenas de comercialización (como el mercado concentrador o las verdulerías mayoristas y minoristas).

---

<sup>3</sup> No se dispone de suficiente información sobre la organización “Por Nuestro Pueblo de Cuatro Horcones” y sus dinámicas de funcionamiento, por lo que esta dimensión será abordada en próximos encuentros.



A partir de esa fecha -y sin interrupciones hasta la actualidad-, la feria se lleva a cabo semanalmente en las ciudades de La Banda y Capital, proveyendo de forma continua de frutas, verduras y hortalizas; y eventualmente de quesos, pollos, pescados, pizzas y empanadas a la población local.

En este sentido, es importante recalcar que los principales atributos diferenciales de la producción agraria familiar son los productos típicos y naturales, donde convergen en su propia definición conceptos interconectados tales como calidad, territorialidad y una característica cualitativa particular que lo diferencia notablemente de otros productos (Caldentey Albert y Gomez Muñoz, 1996; Posada y Velarde, 2000).

La SAF, en este sentido, propuso como metas específicas de la feria lo siguiente:

- Mejorar la comercialización de sus productos, lo cual se verá reflejado en un mayor ingreso, al obtener un mayor pago por sus productos
- Que los consumidores puedan adquirir productos frescos a menores precios que en el comercio tradicional
- Que a través de la comercialización en ferias se traccione el aumento de la producción hortícola local (Merlo et al., 2016: 154).

La SAF ha tenido un rol muy importante al conformar un apoyo externo que se mantuvo en el tiempo desde la creación de la feria en el 2011 hasta el año 2018, cuando se produjeron masivos despidos de empleados de la delegación santiagueña de agricultura familiar. Los técnicos de la institución trabajaron no sólo en las ferias sino también en los predios de los productores (incluso desde mucho antes de la puesta en marcha del circuito comercial) con asesoramientos técnicos agropecuarios y comerciales. La idea de crear la feria nació en el corazón de la SAF, así que fueron los mismos delegados quienes se acercaron a las municipalidades de La Banda y Capital y presentaron el proyecto a las autoridades competentes. Luego de varias reuniones y negociaciones, las municipalidades otorgaron permisos para poder utilizar espacios públicos donde los agricultores familiares de la organización *Por nuestro pueblo de Cuatro Horcones pudieran dar comienzo a la entonces llamada Feria Santiagueña de Agricultura Familiar (FERISAF)*.

La primera experiencia se llevó a cabo en la Av. Besares de la ciudad de La Banda un sábado de mayo de 2011. La SAF proveyó de tablonces, manteles, balanzas y delantales a los feriantes, lo cual aportó en la construcción de un sentimiento de pertenencia casi inmediato en los feriantes. En este sentido, recuerdan:

*“los técnicos de la SAF fueron muy importantes para nosotros al principio porque iban al campo y nos enseñaban como producir mejor” (entrevista a feriante 1).*

*“también nos enseñaban como venir a la feria, como vestirnos y que siempre la mercadería debía estar limpia y bien presentada. También nos enseñaron como tratar a los clientes” (entrevista a feriante 2).*

*“ellos estuvieron para lo que necesitábamos. Una vez presentamos un proyecto a través de los técnicos de la SAF al gobierno pidiendo ayuda. Y así, nos han dado un tractor mecanizado con rastras y cinceles, un tanque para combustible y el kit de gomería. Es un tractor que compartimos las*

*15 familias allá en el campo. Esto nos ha permitido mejorar la producción y descansar un poco de las tareas más pesadas” (entrevista a feriante 1).*

Sin embargo, durante el transcurso del año 2018, fueron despedidos al menos 70 trabajadores de la SAF en el marco de una decisión gubernamental por parte de la presidencia de la Nación de “reducir a un 50% los equipos técnicos de dicha Secretaría en todo el territorio nacional para resolver problemas presupuestarios” (Nuevo Diario, 2018). Esta situación trajo aparejados cambios imprevistos en diversos proyectos de investigación y extensión de la agricultura familiar de toda la provincia de Santiago del Estero. Como consecuencia de este hecho, los feriantes dejaron de contar con el acompañamiento y asesoramiento de los técnicos.

El desconcierto por parte de los feriantes se puede observar en sus propios sentimientos y reflexiones:

*“nos enteramos que muchos técnicos han sido despedidos y nos duele porque a nosotros nos ayudaron muchísimo” (entrevista a feriante 1).*

*“Gracias a ellos hoy podemos vender en las ferias, pero hoy ya no vienen a vernos ni aquí ni a nuestras casas porque fueron despedidos” (entrevista a feriante 2).*

*“los técnicos nos enseñaron muchas cosas del campo que no sabíamos y nosotros le enseñamos a ellos cosas que se aprende viviendo en el campo. Se había formado una buena relación. Es una lástima que se hayan quedado sin trabajo” (entrevista a feriante 2).*

Respecto a su situación anterior al año 2011, la mercadería proveniente de la producción propia de la mayoría de los productores era vendida en otros canales de comercialización caracterizados por la presencia de, al menos, un intermediario, tales como verdulerías cercanas y el Mercado Concentrador Frutihortícola de Santiago del Estero (COMECO). La feriante 1, en referencia a las desventajas de vender sus productos a intermediarios, explica:

*“si bien antes vendíamos cargas más grandes, era menos el dinero que obteníamos. Vendíamos por docena para que el verdulero (que te paga monedas), lo revenda a un precio más alto en COMECO. En cambio, aquí (en la feria) hacemos venta directa, capaz con una docena que vendemos aquí es como tres docenas que vendíamos antes”.*

La venta a intermediarios y a circuitos largos de comercialización como los mercados mayoristas ha sido constante hasta la creación del convenio. A partir de ese momento, los productores comenzaron a experimentar que la feria constituía una estrategia de venta más apropiada a sus estilos de producción, lógicas organizacionales, dinámicas de funcionamiento y estilos de vida. En este sentido, mientras que muchos de los que producían para autoconsumo lograron insertarse en este mercado, los que ya tenían experiencias comerciales pudieron a lo largo del tiempo aumentar sus ingresos, ampliar sus puntos de venta y alcanzar niveles más altos de reproducción. Algunos ejemplos son la posibilidad de diversificar la producción, la compra de una camioneta o km por parte de una de las familias, la posibilidad de adquirir nuevas y mejores herramientas, de vestir y alimentarse mejor; de poder construir sus propias viviendas, de poder brindar una educación universitaria o terciaria a los hijos, y sentar las bases necesarias para aquellos hijos que si quisieran seguir este oficio.



No obstante, existen dificultades en torno a la organización y gestión del espacio público en las ferias, por ejemplo, la instalación ilegal de algunos vendedores ambulantes de ropa y juguetes, el excesivo transporte de vehículos de la zona, la aglomeración de personas que recurren al lugar por motivos ajenos a la feria y la precariedad en las condiciones de venta que dificulta la misma en días de lluvia y excesivo frío o calor.

Sin embargo, estos problemas no se observan en la feria del Salón de la Iglesia San Francisco en Capital, lo que se traduce en una mayor motivación por parte de los productores a vender allí. Como dice la feriante 2:

*“la feria en el salón de la Iglesia San Francisco es mejor porque tenemos techo, luz y ventiladores. No hay manteros, ni desorden por culpa del transporte y personas que están de paso. Todas las que entran son clientes, entonces podemos vender más tranquilos. A mí me gusta más ir ahí”.*

Otro de los circuitos comerciales que manejan algunos de los feriantes es la venta en el mercado COMECO. Allí tienen un puesto, por lo cual entre sus gastos fijos mensuales se encuentra el alquiler del mismo. Para algunos es difícil el traslado porque no poseen vehículo propio y además el gobierno provincial prohibió la tracción a sangre para transportar mercadería o para trabajar. Al respecto, la feriante 3 comenta:

*“Es mejor vender en la feria porque no pagamos alquiler del puesto ni impuestos, en cambio en el mercado sí y eso nos perjudica. Pero, ¿Por qué no dejamos de ir al mercado? porque ahí también sacamos una plata y eso ayuda”.*

Otros feriantes ampliaron sus puntos de venta en otros circuitos cortos de comercialización como las verdulerías mayoristas “Escañuela” y “Figueroa”, en bares, restaurantes y rotiserías donde la venta también es directa y se establecen vínculos de confianza entre el productor y el comprador. Por ejemplo, una de las familias productoras provee a una rotisería de pastas muy conocida de la Capital llamada “Ñoquis del 29” de algunos de los insumos básicos para su producción como espinaca, acelga, cebolla y papa; mientras que otra vende los mismos productos a parrilladas renombradas de la ciudad de La Banda denominadas “Achalay” y “Parrillada Chávez” que son utilizados en la elaboración de guarniciones.

Por otra parte, la FFHF pone en evidencia el rol protagónico de la mujer feriante, ya que son ellas quienes fijan los precios junto a su familia, venden y captan clientes. Además, asumen una responsabilidad muy grande en la unidad productiva familiar, siendo las encargadas de regresar a sus predios con los ingresos recaudados y con información nueva de la demanda que permite moldear o modificar la producción futura. En este sentido, se comprueba la afirmación de Shanin (1973) de que las ferias también funcionan como fuentes de información.

Finalmente, respecto al sistema de fijación de precios que llevan adelante, éstos se determinan en base a acuerdos colectivos relacionados con el costo de producción, las necesidades y las expectativas de los y las feriantes (Rodríguez et al., 2014: 42). Sin embargo, la principal referencia de los precios son las verdulerías minoristas y mayoristas de la zona y COMECO.

De este primer análisis de los circuitos cortos de comercialización, con la feria como caso específico, se evidencian algunas fortalezas que ya fueron anticipadas en Merlo et al. (2016: 161- 162):

- Los feriantes han revalorizado su trabajo como agricultores familiares al sentir el fruto de su esfuerzo, que es la producción que tiene valor
- Han percibido que esta forma de comercialización mejora su ingreso y a la vez es permanente en el tiempo
- El contacto directo productor- consumidor les ha permitido tener la posibilidad de tomar sus propias decisiones en cuanto a la fijación de precios de sus productos
- Han redescubierto o reafirmado la importancia de la cohesión familiar para todo el proceso de producción- comercialización
- Este continuo contacto directo, productor- consumidor, les ha exigido y les exige la predisposición a aprender.

A estas fortalezas se podrían sumar el sentimiento de pertenencia y confianza que experimentan los productores, el aumento de ingresos, el nuevo rol de la mujer en las actividades prediales y de comercialización, la posibilidad de producir con calidad y sin agroquímicos, y el reconocimiento por parte de la población local a su trabajo en el predio. En conjunto, estas fortalezas fomentan un aumento en el interés por trabajar la tierra, aunque a veces se torne agotador. En palabras de la feriante 1:

*“lo lindo de trabajar de esto es que, a pesar de ser muy cansador y sacrificado, hemos podido quedar a vivir en el campo como nosotros queríamos y, sobre todo, vivir bien, porque no nos hace falta nada, tenemos luz, agua potable y de riego, upa”.*

*“todos hemos mejorado de una manera u otra, desde la alimentación, la vestimenta, hasta de tener en qué andar”.*

### **Los estilos de producción detrás de las ferias: diálogo entre producción y comercialización**

A pesar de que, en las últimas seis décadas, el desarrollo rural en América Latina estuvo dominado por el paradigma de la modernización como la única vía de desarrollo posible, se puede observar en determinadas explotaciones, especialmente las vinculadas al sector de la agricultura familiar, el despliegue de estrategias donde la intensificación de la mano de obra familiar y la no mercantilización constituyen las dimensiones más importantes (Paz et al., 2011: 1). En este marco emerge la agricultura económica como el estilo de producción de la agricultura familiar debido a las estrategias que utiliza para contener los costos monetarios de las inversiones, préstamos y gastos en insumos externos mediante la utilización, desarrollo y reproducción de recursos internos combinados con la mano de obra familiar (Van der Ploeg, 2001).

Reiteradas veces la agricultura familiar ha sido estudiada como un sector pasivo o tendiente a desaparecer; sin embargo, las investigaciones orientadas al estudio de los diversos estilos de producción<sup>4</sup> del sector han logrado demostrar su potencial desde el abordaje de las prácticas y lógicas involucradas en dichos estilos, las formas de combinar los recursos y sus articulaciones con los mercados. En este sentido, la agricultura familiar plantea formas alternativas de

---

<sup>4</sup> Se emplea la noción de estilo como herramienta heurística que permite captar la diversidad agraria en el contexto de la globalización (Craviotti, 2010: 18).

desarrollo que escapan a la lógica del capital relacionándose estrechamente con mano de obra familiar, producción a pequeña escala, procesos de artesanidad, el mantenimiento de la producción de autoconsumo, bajos niveles de mercantilización y diversificación de la producción, y la reducción de gastos monetarios en insumos y mano de obra mediante la intensificación de la mano de obra familiar (Paz, 2017; Craviotti, 2010).

En esta dirección, la noción de estilos de producción en el mundo rural refleja una forma específica de organizar la unidad y el proceso productivo (Craviotti, 2011) a través de diferentes formas de articulación de prácticas y estrategias productivas que permiten una múltiple maleabilidad de la agricultura y distintas formas de combinar por parte de las explotaciones los recursos que ella presenta (Van der Ploeg, 2008; Craviotti, 2010).

Es importante aclarar que la complejidad y multifuncionalidad de la agricultura familiar se debe en gran medida a la amplia diversidad de estilos de producción y aspectos que van más allá de aquellos que comúnmente se utilizan para describirla; a saber: la propiedad y la mano de obra es familiar o el tamaño de la explotación (que generalmente es de pequeña a mediana escala), sino que también contemplan a aquellos aspectos que se orientan hacia el estudio de lo que Van der Ploeg (2014) denomina “las diez cualidades de la agricultura familiar”: la unión entre pasado, presente y futuro; la finca es un lugar de aprendizaje y de construcción de conocimiento; es parte activa de la economía rural; mantiene viva la cultura; está conectada con su ambiente: el paisaje rural; controla sus principales recursos; provee la mayor parte de su fuerza de trabajo; es el nexo entre la familia y la finca; provee ingresos, alimentos y nutrición; y contiene el hogar de la familia como un lugar de pertenencia. Todas estas cualidades se agrupan en diferentes dimensiones; a saber: una relación equilibrada entre la familia y la explotación; la unión con su entorno; libertad y autonomía; y la recampesinización.

En este sentido, el autor anteriormente mencionado (2014) agrega que los agricultores familiares deben ser analizados por la forma en que la familia organiza y desarrolla su actividad agrícola y/o ganadera y el modo como la vive, transformándose así la actividad económica en una forma de vida.

La relación entre estilos de producción y CCC se debe a que, de acuerdo a la complejidad de la agricultura familiar basada en la diversidad de sus estilos de producción y las cualidades anteriormente descritas, resulta más apropiado consolidar esos mecanismos de venta que no se contraponen a los valores de la agricultura familiar (Rodríguez Sperat et. al, 2015: 4), resultando esta cuestión de suma importancia ya que generalmente es el estilo de producción que se lleva adelante el factor más importante al momento de elegir un canal de venta y sostener en el tiempo la actividad predial.

En esta línea, se considera que incorporar esta perspectiva es central, y sobre todo cobra mayor relevancia cuando se analiza dicho proceso en un actor agrario tan complejo como el campesino o el agricultor familiar, que, lejos de ser sujetos pasivos que solo resisten y se adaptan a un medio capitalista que lo agrede y busca subsumirlo, van generando respuestas activas a la creciente mercantilización, permitiendo que el mercado y otras fuerzas “externas” ingresen al mundo de la explotación familiar, e integrándolos dentro de sus propias estrategias agrícolas, pero al mismo tiempo cuidando de mantener un grado relativo de autonomía en materia de toma de decisiones (Rodríguez Sperat, 2015: 15).

---

<sup>5</sup> Se cambiaron los nombres y apellido de los integrantes de la familia para cuidar su anonimato.

A los fines de plasmar aquellas cualidades de la agricultura familiar en un caso de estudio concreto, a continuación, se describirá el estilo de producción de una familia productora de la zona estudiada.

### **El estilo de producción de la familia López<sup>5</sup>**

La unidad productiva se encuentra situada en el paraje San José, departamento Banda, a 10 km de la ciudad. Está compuesta por dos viviendas: por un lado, Antonio (60 años) y su esposa María (58 años); y, por otro lado, Ana (40 años) y su hijo Matías de 19 años. Si bien estas dos familias (que tienen vínculos sanguíneos) viven en viviendas separadas dentro del mismo terreno, comparten las tareas y gastos de la producción. Antonio se dedica exclusivamente a la explotación, mientras que las mujeres mantienen como tarea principal la venta en las ferias (aunque también suelen colaborar en las actividades prediales). Respecto a las tareas domésticas, generalmente se encargan las mujeres, pero cuando no pueden hacerlo porque están en alguna de las ferias, los hombres de cada familia asumen esa responsabilidad. Por su parte, Matías está cursando el secundario, pero ayuda a su madre en las tareas de la casa o de la producción.

La finca está compuesta por aproximadamente 7 hectáreas que fueron compradas hace mucho tiempo por Antonio convirtiéndose en el propietario de la tierra. Del total de ellas, 5 ½ has corresponde a la superficie apta para cultivos, mientras que el resto se utilizó para la construcción de ambas viviendas.

Comparten un depósito de herramientas, un tractor<sup>6</sup>, un arado, una rastra, un cincel, una pulverizadora, una moto, siete caballos aproximadamente, una mochila pulverizadora, diversas herramientas manuales como carretilla, machete, gancho, manguera, etc., un carpidor y dos sulkys (deteriorados) que se encuentran fuera de funcionamiento.

Los productos sembrados son lechuga, acelga, rúcula, espinaca, zapallo, anquito, remolacha, cebolla de verdeo, cebolla común, batata y zapallo verde; los cuales son sembrados en base a un sistema de estacionalidad. Por ejemplo, la rúcula se siembra todo el año, la batata solo una vez al año; en invierno se siembra lechuga, espinaca, zapallo, remolacha, cebolla de verdeo y cebolla cabeza; y en primavera y verano se cultiva acelga, anquito y zapallo verde.

Respecto a la superficie sembrada de cada producto, mientras que la lechuga, la rúcula, la espinaca, la cebolla de verdeo, la cebolla cabeza y el zapallo verde se siembran en ¼ ha, la acelga, el zapallo, el anquito, la remolacha, la batata en ½ ha; y la batata en 1 ½ ha.

A los fines de aumentar sus ingresos, siembran plantines de albaca, romero, perejil y ají que vende posteriormente en las ferias.

Luego de la cosecha realizada por toda la familia, se procede al lavado de la mercadería en un pequeño lavadero que contiene agua del canal más cercano, y posteriormente al almacenamiento del 5% para autoconsumo y para la venta en ferias y otros canales comerciales el 95% de la cosecha.

También disponen de algunos animales como cerdos y gallinas que se destinan específicamente al autoconsumo. Y algunos caballos que son utilizados en las tareas agrícolas.

---

<sup>6</sup> Facilitado por el gobierno provincial en el año 2018 y compartido por las 15 familias de la zona.

Como dato adicional, se dispone de información sobre los ingresos aproximados obtenidos por ambas familias del día sábado 21 de septiembre de 2019. Mientras que María obtuvo ingresos brutos de \$16.900, Ana de \$13.045 (U\$S 232,47 y U\$S 179,44 respectivamente). Vale aclarar que estos ingresos se debieron a una jornada con mucha demanda, y a la inclusión de la reventa de frutas y otras verduras por parte de ambas familias. No obstante, no son los únicos ingresos que obtienen por semana, ya que los jueves y viernes asisten a las ferias de la ciudad Capital, pero hasta el momento no se pudo relevar dicha información.

Respecto a la planificación de la actividad hortícola, todos los años es la misma, pero siempre sujeta a factores climáticos. En este sentido, Ana explica:

*“con mis padres nos dividimos en la compra de semillas: un kilo de cada verdura compra cada familia. Sobre la siembra, generalmente se repite la que rindió bien el año anterior. Lo que sí, a veces renegamos con el clima. Las lluvias, el frío o el excesivo calor arruinan la producción”.*

Respecto a la utilización de agroquímicos, Antonio explica:

*“a veces echamos un poco de urea para que no se resienta la tierra. No usamos nada más”.*

Finalmente, sobre el tipo de riego, ambas familias pagan un “impuesto permanente” que es mensual, para que la Unidad Ejecutora de Riego de la Provincia permita el riego por inundación dos veces por año en sus fincas, con una duración de una hora cada una, las cuales satisfacen completamente las necesidades prediales.

### ***Reflexiones sobre el estilo de producción de la familia López***

De la descripción del estilo de producción de la finca López, se desprenden algunas reflexiones. En primer lugar, para los productores “más que una actividad o un trabajo, se trata de un oficio y una ‘forma de vida’ que nos han transmitido de generación en generación” (María), y que se aprovecha gracias a los aspectos fisiográficos y climáticos favorables tales como las tierras fértiles, la humedad y la cercanía a los canales de riego y acequias.

En segundo lugar, el rol de la mano de obra familiar como uno de los principales requisitos, no así el único, para que una unidad productiva pertenezca a la agricultura familiar. Desde esta perspectiva, la principal fuente laboral es familiar y la familia tiene el control de los principales recursos que dispone en la finca; entre ellos el conocimiento (know-how), la tierra, los recursos tecnológicos, los cultivos, las semillas, las viviendas, las maquinarias y las herramientas. De acuerdo a Van der Ploeg (2014) esto significa que mantiene una relación equilibrada entre la familia y la explotación, lo que permite, además, la satisfacción de sus necesidades básicas y posibilidades de reproducción.

En tercer lugar, la unión entre pasado, presente y futuro (Van der Ploeg, 2014). Como se pudo ver en el caso de estudio, la finca no solo se conforma por 5 ½ has productivas sino también por aquellas parcelas destinadas a la construcción de las viviendas familiares, lugar donde experimentan un gran sentido de pertenencia y cobijo. En este sentido, si bien cada grupo familiar tiene una historia propia, hay algo que tienen en común ambos: se puede percibir mucha experiencia y el mismo amor por el campo, además de que la vocación por la actividad hortícola ha sido, es y será transmitida de generación en generación con mucho orgullo.

En cuarto lugar, la unión al entorno en tanto que no se trata de una explotación con fines meramente económicos pues la cultura y el cuidado del ambiente son factores muy importantes al momento de llevar adelante el proceso de coproducción, lo que les permite no solo trabajar en interacción con la naturaleza de forma constante sino también conservar la biodiversidad (Van der Ploeg, 2014). Esta relación se puede observar, por ejemplo, en las formas de producción agroecológicas, sin la utilización de agroquímicos o pesticidas y en la presencia del trueque y el intercambio no remunerado de productos y mano de obra con los vecinos en el marco de redes comunitarias que vienen construyendo.

En quinto lugar, la artesanidad como una de las características principales de los estilos de producción de la agricultura familiar al representar un papel clave en los procesos de coproducción. Se refiere al saber hacer y al conocimiento práctico sobre la naturaleza que constituyen formas de intensificación del trabajo orientado en hacer un buen producto (Paz et al., 2011; Rodríguez Sperat et al., 2015). En esta línea, se destacan ciertas ventajas apoyadas en el conocimiento genuino de la producción y los tiempos de la naturaleza. En palabras de Antonio:

*“nosotros convivimos con la producción, sabemos qué sembramos y la cantidad de cada verdura. También sabemos cuándo es momento de cosechar, cuando hay que parar la producción porque se viene un cambio feo en el clima, sabemos qué recursos disponemos y cuales nos faltan”.*

En esta dirección, la artesanidad constituye el denominador común de la mayoría de los agricultores familiares, siendo ésta una instancia creativa y no alienadora en los procesos productivos (Suárez, 2019).

En sexto lugar, la intensificación de la mano de obra familiar y la diversificación productiva se potencian en el estilo de producción de la familia a partir de la comercialización de los productos en la feria permitiéndoles conocer en profundidad las necesidades y preferencias de sus clientes. Estos elementos se vieron reflejados en una mayor motivación por parte de los productores a organizar e intensificar el trabajo familiar, a conseguir semillas nuevas, a usar nuevas herramientas y tecnologías, y a escuchar con atención a los asesores agropecuarios y comerciales a los fines de producir (y ofrecer) más cantidad, calidad y diversidad de hortalizas.

Al respecto, organismos internacionales como la FAO, la UNESCO y organismos nacionales como el INTA identifican a los agricultores familiares como agricultores dinamizadores, que permiten trascender su potencial en la diversificación productiva, evidenciando su historia cultural y promoviendo una transformación que deviene con el correr de las generaciones (Merlo et al., 2016: 154- 155). Es por este motivo que la diversificación productiva a partir de la intensificación de la mano de obra familiar tiene un peso relativo en el análisis del caso de estudio; abriéndose, además, líneas de investigación tentativas en el futuro en torno a la relación entre la diversificación de la producción y la comercialización en la feria.

En séptimo lugar, se puede observar una sinérgica organización de la familia para las actividades del predio y la comercialización. En este sentido, todos los miembros de la familia aportan su fuerza de trabajo en la casa y/o en la finca. Generalmente el hombre es quien se encarga de la siembra y cosecha, mientras que la mujer se dedica a las tareas de la casa y a la comercialización en las ferias. Sin embargo, ante alguna emergencia o situación imprevista por parte de algún integrante de la familia, los roles pueden modificarse.

La mujer tiene la responsabilidad de comunicar novedades relativas a la comercialización a



quien/es se encargan de la producción. En este sentido, Merlo et al. (2016: 164) explican que:

*... el reconocimiento individual de las mujeres como agentes activas dentro del proceso permitió un redescubrimiento de ellas mismas como mujeres independientes (...). El papel que se adjudicó a las mujeres marca una coyuntura de transformación positiva no solo a nivel económico o vinculado solo a su rol de comerciante. El protagonismo que se ganaron permitió una nueva visibilización dentro del hogar, generó un nuevo sentimiento de confianza en ellas mismas posibilitando un rehacer en sus vidas atadas solo a las labores diarias, hogareñas o su papel de madres 24 horas por siete días a la semana.*

Acercas de la pluriactividad, ningún integrante de la familia estudiada se desenvuelve en otros empleos; lo que no es generalizable al resto de familias de la zona. Esta información demuestra que los ingresos obtenidos en las ferias (el único canal de venta de ambos grupos familiares) resulta suficiente para la satisfacción de sus necesidades básicas, aunque no les permite obtener mayores niveles de reproducción.

Tanto la intensificación y organización de la mano de obra familiar como la diversificación productiva refleja un cierto nivel de autonomía relativa (Llambi, 1980) en el sentido de que los productores tienen la libertad de elegir qué, como, cuanto, donde y como producir, libre de presiones externas.

Finalmente, se puede decir que la agricultura familiar es un sector productivo con mucho potencial, que da lugar a diversas formas de reinención y aprendizaje, derribando el mito de que es un sector que tiende a desaparecer. La recampesinización según el autor citado (2014) es aquel proceso que vuelve a la agricultura familiar aún más campesina de lo que es, fortaleciendo a la economía familiar y la cultura. Este proceso se puede ver reflejado, por ejemplo, en la incorporación de nuevas semillas, nuevas tecnologías y herramientas, y nuevos conocimientos.

Santiago del Estero cuenta con más de 11.000 explotaciones sin límites definidos (CNA 2002), que se las suele relacionar con procesos de pobreza y marginalidad. Normalmente son vistas como explotaciones agropecuarias a desaparecer y pocas veces consideradas por su potencialidad para aportar al desarrollo. Por ejemplo, aquellas 11.000 explotaciones tienen cerca del 30% del recurso ganadero bovino (Paz, 2006); en efecto, surge la pregunta sobre si su pobreza estaría en la falta de recursos productivos o en la ausencia de diseño de políticas públicas que perciban valores y fortalezcan sus potencialidades.

Igualmente, en el crecimiento de las ferias en la provincia se observa que los productores previos a ser feriantes encontraban ciertos problemas para lograr su propia reproducción a partir de la venta de hortalizas. Sin embargo, unos pocos años después de su ingreso a este tipo de mercadeo, muchos de ellos entraron en un proceso de acumulación que se materializa, por ejemplo, en la compra de vehículos y la diversificación de sus ingresos monetarios como el caso de la familia López.

### **Consideraciones finales**

Como reflexiones finales se pueden destacar tres aspectos principales. En primer lugar, la relación dialéctica entre el proceso productivo y las estrategias de comercialización. Por lo tanto, para comprender el funcionamiento de los distintos circuitos cortos de comercialización que

construyen los pequeños productores resulta necesario analizar la lógica y dinámica de los estilos de producción. En este trabajo se analizó el caso de una feria de horticultores familiares que tiene sus espacios de venta en las ciudades de La Banda y Capital de la provincia de Santiago del Estero. Tanto las observaciones como las entrevistas que se realizaron ponen en evidencia la potencialidad de estos circuitos al permitir a productores familiares emplear plenamente la mano de obra familiar disponible en los predios, apropiarse del valor total de lo producido y vendido (al no existir intermediarios) e incrementar sus márgenes de maniobra (flexibilidad, movilidad, autonomía relativa) tanto en lo comercial como en las decisiones productivas.

Esto último queda demostrado cuando los feriantes manifiestan los distintos circuitos de comercialización que fueron construyendo más allá de la feria, algunos de los cuales fueron previos (tales como los puestos de venta en el mercado concentrador) y otros surgieron a partir del reconocimiento de ese espacio de venta, por ejemplo, la provisión de distintos productos a parrillas, restaurantes, rotiserías y verdulerías mayoristas. Estos circuitos cortos se sostienen y ganan identidad a partir de condiciones que son propias de la agricultura familiar tales como la intensificación de la mano de obra familiar, los procesos de no mercantilización y volúmenes de producción que son flexibles y se ajustan a la demanda del producto (Rodríguez et al., 2015).

En segundo lugar, la presencia de las instituciones del Estado, a partir de la promoción y seguimiento del equipo técnico que resultó fundamental para el fortalecimiento de la feria como espacio de venta para los agricultores hortícolas de la zona. Asimismo, las municipalidades de las ciudades de La Banda y Capital aportaron para hacer visible al sector cediendo lugares públicos donde llevar a cabo el circuito. Sin embargo, esto resulta aún insuficiente pues tal como lo manifestaron los feriantes, las condiciones no son las óptimas y faltan decisiones políticas que enmarquen estas experiencias en nuevos acuerdos institucionales o espacios protegidos donde la agricultura familiar pueda desplegar toda su potencialidad. Al respecto, Craviotti y Soleno (2015: 14) advierten que las estrategias de intervención orientadas a fortalecer estos ámbitos requieren del interjuego de múltiples escalas, con instancias que excedan las estrictamente locales. En síntesis, afianzar la presencia del Estado con la continuación y profundización de las políticas de apoyo al sector y consolidar los espacios de cooperación hacia el interior de las ferias y su valorización como circuitos cortos de comercialización resulta fundamental para promover lo que Van der Ploeg et al. (2012) denominan “mercados anidados”. Es decir, lugares específicos donde se llevan a cabo transacciones entre proveedores específicos y consumidores específicos vinculados a través de redes particulares y marcos de referencia común.

Finalmente, emerge como tercera reflexión el aporte que esta articulación entre circuitos de comercialización más cortos y los estilos de producción que despliegan los agricultores familiares a los debates actuales respecto a la necesidad de comenzar a pensar caminos alternativos de desarrollo rural que promuevan prácticas de coproducción entre el hombre y la naturaleza, así como alimentos que sean más saludables y nutritivos. Las ferias frutihortícolas constituyen espacios de venta donde los productos que se ofrecen devienen de prácticas de manejo que minimizan el uso de agroquímicos y crean conciencia sobre el carácter local de los productos. Sin embargo, estas experiencias son aún pequeñas y sus posibilidades de crear nichos de mercados de mayor envergadura capaces de representar una verdadera alternativa al mercado capitalista requiere de mayores esfuerzos por múltiples actores sociales.

## Referencias bibliográficas

ALCOBA, D. y DUMARAUF, S. (2011). **Del productor al consumidor: apuntes para el análisis de las ferias y mercados de la agricultura familiar en la Argentina**. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

CALDENTEY ALBERT, P. y GOMEZ MUÑOZ, A. (1996). "Productos típicos, territorio y competitividad". **Agricultura y Sociedad**. (80- 81), 57- 82.

CARACCILO, M. (2016). **Situación de institucionalidad de apoyo a la innovación comercial y de los procesos de gestión comercial de la agricultura familiar**. Buenos Aires: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. CEPAL.

CARMAGNANI, M. (2008). La agricultura familiar en America Latina. **Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía**, 39 (153), 11- 56.

CRAVIOTTI, C. (2010). La producción familiar en la globalización agroalimentaria: la diferenciación social en la citricultura del noreste argentino. **European Review of Latin American and Caribbean Studies**, (89), 65- 86.

CRAVIOTTI, C. (2011). Los enfoques centrados en las prácticas de los agricultores familiares. Una discusión de perspectivas para la investigación en sociología rural. **Revista Internacional de Sociología**, 70 (3), 643- 664.

CRAVIOTTI, C. y SOLENO WILCHES, R. (2015). Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. **Mundo Agrario**, 16 (33), 1- 19.

DOS ANJOS, F; GODOY, W y CALDAS, N. (2005). **As Ferias livres de Pelotas sob o imperio da globalização: perspectivas e tendencias**. Brasil: Editora e Gráfica Universitária.

DURSTEWITZ, P., y ESCOBAR, G. (2006). La vinculación de los pequeños productores rurales a los mercados. Santiago de Chile: RIMISP.

LLAMBI, L. (1980). Las unidades de producción campesina en un intento de teorización. V Congreso Mundial de Sociología Rural, México D. F, 7- 12 de agosto de 1980. **Estudios Rurales Latinoamericanos**, 4, (2), 125- 153.

MANZANAL, M. (2003). Instituciones y gestión del desarrollo rural en Argentina (experiencias y enseñanzas). **Realidad Económica**, (197), 92- 115.

MERLO, M., GÓMEZ, V., y MERINO, A. (2016). "Nuevas estrategias de comercialización de la agricultura familiar: FERISAF" en GUTIÉRREZ, M. & GONZÁLEZ, V. **Desarrollo rural, política pública y agricultura familiar. Reflexiones en torno a experiencias de la agricultura familiar en Santiago del Estero**. Tucumán: Magna Publicaciones.

MERTINS, G., y PAOLASSO, P. (2005). **Las ferias rurales en la Provincia de Tucumán**. San Miguel de Tucumán: Marburg- Tucumán.

PAZ, R. (2006). ¿Desaparición o permanencia de los campesinos ocupantes en el noroeste argentino? Evolución y crecimiento en la última década. **Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies**, 31 (61), 169- 197.

PAZ, R. (2008). Mitos y realidades sobre la agricultura familiar en Argentina: reflexiones para su discusión. **Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía**, 39 (153), 57- 82.

PAZ, R. (2013). El potencial de la agricultura familiar y los espacios protegidos: lineamientos para el diseño de políticas públicas. **Mundo Agrario**, 13 (26).

PAZ, R. (2017). Las grietas de los agronegocios y los imperativos de la agricultura familiar: hacia una perspectiva conceptual. **Revista Latinoamericana de Estudios Rurales**, 2 (3), 39- 63.

PAZ, R., RODRÍGUEZ SPERAT, R., GONZÁLEZ, V., y LIPSHITZ, H. (2011). Producción económica en una pequeña explotación lechera caprina: hacia un diseño alternativo de desarrollo rural. **Revista Asociación Latinoamericana de Producción Animal**, (18), 93-107.

POGREBINSCHI, T. (2017). Programa Social Agropecuario (PSA). Documento consultado en Internet el día 23/03/2020 en <https://www.latinno.net/es/case/1070/>.

POSADA, M., y VELARDE, I. (2000). Áreas postergadas y desarrollo local: posibilidades de reactivación a partir de producciones alimentarias típicas. **Revista Meridiano**, (8).

RODRÍGUEZ SPERAT, R., JARA, C. y PAZ, R. (2014). “Fortalezas y debilidades de los circuitos cortos comerciales de la agricultura familiar. Aportes para discutir sus potencialidades desde una experiencia en Santiago del Estero” en VALENZUELA, C., GARCÍA, A., García y ROSA, P. **Inclusión social en las economías regionales**. Resistencia: Instituto de Investigaciones Geohistóricas.

RODRÍGUEZ SPERAT, R., PAZ, R., SUÁREZ, M. V. y DÍAZ, J. P. (2015). Construyendo mercados desde la propia fnca. Tres experiencias en la agricultura familiar. **Revista Agro Sur**, 43 (1), 3- 17.

SHANIN, T. (1973). The nature and logic of the peasant economy: a generalisation. **The Journal of Peasant Studies**, 1, 63- 80.

SUÁREZ, V. (2018). **Construyendo comunalidad: manejo comunal de recursos, principios éticos compartidos y estrategias productivas. El caso de Colonia Jaime en Santiago del Estero, Argentina**. Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán.

SUÁREZ, V., SARMIENTO, R. y CORVALÁN, S. (2016). “Las ferias como circuitos cortos de comercialización en la agricultura familiar. El caso del grupo pre-cooperativo Progreso Familiar de la Región Banda- Jiménez en Santiago del Estero” en GUTIÉRREZ, M. y GONZÁLEZ, V. **Desarrollo rural, política pública y agricultura familiar. Reflexiones en torno a experiencias de la agricultura familiar en Santiago del Estero**. Santiago del Estero: Magna Publicaciones.

VAN DER PLOEG, J. (2001). Farming economically to revitalise agriculture. **LEISA: ILEIA newsletter for low- external- input and sustainable agriculture**, 17, 26- 27.

VAN DER PLOEG, J. (2008). **The new peasantries. Rural Development in Times of Globalization, 2nd edition**. London: Earthscan.

VAN DER PLOEG, J; JINGZHONG, Y y SCHNEIDER, S. (2012). Rural development through the construction of new, nested, markets: comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. **Journal of Peasant Studies**, 39 (1).

VAN DER PLOEG, J. (2014). Diez cualidades de la agricultura familiar. Fundación de Estudios Rurales ANUARIO 2014, 61- 66. Documento consultado el día 30/03/2020 en [https://issuu.com/upa\\_latierra/docs/anuario\\_upa\\_2014](https://issuu.com/upa_latierra/docs/anuario_upa_2014).

### **Documentos oficiales e institucionales.**

FACULTAD DE AGRONOMÍA Y AGROINDUSTRIAS. UNSE. (2000). La horticultura en el Área de Riego de Santiago del Estero. Santiago del Estero: UNSE.

FAO. (2014). Federación de Organizaciones Nucleadas de la Agricultura Familiar (FONAF). documento consultado en Internet el 20/03/2020 en <http://www.fao.org/family-farming/detail/es/c/318261/>.

INDEC (2007). Resultado General del Censo Nacional Agropecuario 2002. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Buenos Aires.

INTA. (2019). *Mercados: diversidad de prácticas comerciales y de consumo*. Obtenido de [https://inta.gob.ar/sites/default/files/libro-comercializacion\\_ipaf\\_pampeana-inta.pdf](https://inta.gob.ar/sites/default/files/libro-comercializacion_ipaf_pampeana-inta.pdf).

Nuevo Diario. (15 de agosto de 2018). Confirman nuevos despidos en la Secretaría de Agricultura Familiar. Documento consultado en Internet el 23/03/2020 en <http://www.nuevodiarioweb.com.ar/noticias/2018/08/15/163241-confirman-nuevos-despidos-en-la-secretaria-de-agricultura-familiar>.

SECRETARÍA DE ESTADO DE AGRICULTURA FAMILIAR. (s.f.). Historia de las Ferias Francas de Misiones. Documento consultado en Internet el día 27/03/2020 en <https://agri-fam.misiones.gob.ar/ferias-francas/>.