

**COLEGIO DE TRABAJADORES SOCIALES
DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES - DISTRITO MORÓN
Iº Jornada Distrital “Trabajo social y Derechos Humanos”: A 40 años de
democracia, interpelaciones y propuestas desde el trabajo social**

Nombre y apellido: Antonella A. Santin

Institución: Grupo Desarrollo Regional y Economía Social (DRYES) - Centro de Estudios Urbanos y Regionales (CEUR) - CONICET.

Título: “Redes territoriales y rol del Estado para el fortalecimiento de experiencias alternativas de producción y comercialización de alimentos: el caso del Mercado Frutihortícola Saropalca de Morón”

Abstract: En un contexto global de disputas de poder respecto a las formas que asume en la actualidad la producción, comercialización y distribución de los alimentos, es fundamental analizar las estrategias a través de las cuales las sociedades impulsan el abastecimiento para satisfacer las necesidades primarias de su población. En las últimas décadas han surgido nuevas experiencias de organización comunitaria alternativas al modelo hegemónico agroalimentario basadas en los preceptos de la Economía Social y Solidaria. Desde la organización colectiva, han logrado posicionarse y disputar sentidos en torno a la producción, distribución y consumo de alimentos en la Argentina actual. El caso del Mercado Frutihortícola Saropalca ubicado en el Partido de Morón, Zona Oeste de la Provincia de Buenos Aires, es ejemplo de ello. Conformado por más de 150 miembros, en su mayoría agricultores/as familiares de origen boliviano dedicados/as a la producción frutihortícola en la Región Metropolitana de Buenos Aires, organizan su accionar mediante la Asociación Civil Residentes de Saropalca, desplegando un tejido de redes territoriales para llevar adelante su actividad. De este modo, el propósito de este trabajo es identificar los actores institucionales, las alianzas estratégicas y la construcción de redes formales e informales, haciendo foco en el rol fundamental que cumple el Estado en sus diferentes escalas mediante sus planes, programas y proyectos, para ampliar y potenciar así dichas iniciativas.

Palabras Claves: Agricultura Familiar - Mercado - Estado - Redes territoriales

Introducción

En la actualidad la **cuestión social** se presenta como una forma de interpelación hacia el orden social, económico y cultural impuesto por las formas que asume el capitalismo salvaje, expresadas en las altas brechas de desigualdad y exclusión que afecta a grandes sectores de la población (Carballeda, 2018). Desde la lógica competitiva y especulativa imperante que propone este modelo global, la gestión de los bienes y servicios se encuentra en constante pugna. En este escenario, la producción, distribución y comercialización de alimentos de la canasta básica familiar se conforma como uno de los principales puntos de tensión y conflicto.

En la Argentina, desde la década de 1970 con la última dictadura cívico-militar, se instaló la lógica del agronegocio en la producción de alimentos impuesta progresivamente en el marco del proceso de neoliberalización económica, basada en la apertura de los mercados, los ajustes estructurales, la extranjerización y el impulso de nuevos desarrollos tecnológicos (Giarraca y Teubal, 2006). Expresión de ello, es la alta concentración económica supermercadista¹ que ejerce el control vertical, mayoritario y desigual en los eslabones de los mercados (Caracciolo et. al., 2012), volviéndolos asimétricos. Esto trae múltiples consecuencias: a nivel económico-productivo, con la desarticulación de los circuitos de proximidad entre productor-consumidor; a nivel social, con el limitado acceso a derechos básicos para gran parte de la población y el aumento de la brecha de desigualdad; a nivel cultural, con el refuerzo de lógicas individualistas y la creación de identidades homogeneizantes; a nivel urbanístico, con la modificación de los espacios geográficos, el hacinamiento poblacional en las grandes ciudades y la ampliación de las periferias; y a nivel ambiental, con los altos niveles de contaminación y los múltiples daños a nuestros bienes comunes.

En las últimas décadas, surgieron experiencias de organización comunitaria alternativas al modelo hegemónico agroalimentario basadas en los preceptos de la Economía Social y Solidaria (en adelante, ESS). Dentro de esta perspectiva práctica, la Agricultura Familiar representa un sector de gran relevancia en la producción de alimentos y otros productos de las economías regionales, por su rol en la creación de empleo, el abastecimiento de alimentos y el arraigo en el territorio de las producciones familiares, campesinas e indígenas. Estas iniciativas motorizaron diversas estrategias colectivas, entre ellas la conformación de mercados populares centrados en la comercialización de frutas y verduras frescas. Impulsados por diferentes sujetos y con una fuerte presencia del Estado en sus distintas escalas, lograron aunar intereses de actores diversos, construir tramas de valor multiactorales y multidimensionales (Caracciolo, 2013) y generar redes de gran

¹Recalde y Chiroque (2020) refieren que “un núcleo de siete empresas (mayormente multinacionales) ejercen el control mayoritario de dichas cadenas, siendo algunas de ellas: Carrefour, Cencosud, Coto, La Anónima, Walmart y Casino, que si bien reúnen sólo el 15% de las bocas de expendio totales del país, venden el 58% del total de alimentos y bebidas de la Argentina”.

relevancia en los territorios, con la capacidad de abastecer de alimentos accesibles y de calidad a la población.

Dentro de la diversidad de mercados, se encuentran los mercados asociativos mayoristas impulsados con frecuencia por productores/as y comercializadores/as familiares pertenecientes a colectividades migrantes de nacionalidad boliviana, agrupados bajo diferentes formas asociativas (Dumrauf, 2016). El caso del Mercado Frutihortícola Saropalca, ubicado en el Partido de Morón, Zona Oeste de la Provincia de Buenos Aires, es ejemplo de ello. Conformado por más de 150 miembros, en su gran mayoría migrantes de origen boliviano, productores y comercializadores de frutas y hortalizas, organizan su accionar mediante la Asociación Civil Residentes de Saropalca. A través de sus redes familiares, el trabajo asociativo y los lazos identitarios (Rivero Sierra, 2015), lograron asentarse en la zona y darle una respuesta colectiva a una necesidad económica y laboral concreta de la colectividad.

De esta manera, el objetivo del presente trabajo se vincula con caracterizar el entramado socio-territorial del Mercado Frutihortícola Saropalca de Morón, impulsado por la Colectividad Boliviana nucleada en la Asociación Civil Residentes de Saropalca. Se pondrá el foco en reconocer los actores, alianzas estratégicas y vínculos socio-territoriales que las y los productores/as y comercializadores/as construyen cotidianamente, identificando las redes formales e informales generadas para sostener la actividad, y el lugar que ocupa allí el rol del Estado mediante sus programas, planes y proyectos para el impulso de la iniciativa.

La información que se presenta proviene de observaciones participantes y entrevistas semi-estructuradas, realizadas a informantes claves en el marco del trabajo de campo desarrollado durante los años 2022-2023; y del análisis de fuentes secundarias fundada en la revisión bibliográfica. El estudio y sistematización de estas experiencias territoriales aportan al campo disciplinar del **Trabajo Social**, ya que permiten analizar los efectos de las políticas públicas y el rol de las diferentes escalas del Estado en torno a una experiencia organizativa específica, considerando a su vez, las redes sociales de apoyo de los sujetos protagonistas de la iniciativa.

Desarrollo

Para comenzar, la **Economía Social y Solidaria** refiere a las economías alternativas asociadas a formas autogestivas no capitalistas basadas en la cooperación y el trabajo asociativo que “procuran la satisfacción de las necesidades de sus integrantes y priorizan relaciones de justicia y equidad en las prácticas económicas desde una perspectiva solidaria” (Sanchis, Fernández y Comaleras, 2013) con el fin de propiciar la reproducción ampliada de la vida (Foti y Caracciolo, 2012). Por su parte, la **Agricultura Familiar** es el “tipo de producción donde la unidad doméstica y la unidad productiva están físicamente integradas” (INTA, 2005), siendo las familias quienes operan, administran y ejercen la fuerza de trabajo para la

producción de diversos alimentos, fibras, textiles y otros productos de las economías regionales, que pueden orientarse al autoconsumo para la subsistencia y/o a la venta en el Mercado (Feito, 2014). Las estrategias del sector son parte de canales alternativos no hegemónicos que conforman circuitos cortos de comercialización solidaria en constante crecimiento (Chauveau y Taipe, 2012; Caracciolo, 2014).

Dichas experiencias, motorizan diversas estrategias, entre ellas, la conformación de mercados centrados en la comercialización de alimentos y de frutas y verduras frescas². Estos mercados funcionan principalmente como ámbitos económicos, pero también se constituyen en espacios de actividad social, de encuentro e interacción para desarrollar y activar tradiciones y costumbres (Murmis y Feldman, 2002). Son ámbitos que construyen tramas de valor³ a partir de su capital social, cultural y simbólico (Bourdieu, 2001). Estos ámbitos, considerados como alternativos, escapan de la lógica del capital propia de los mercados convencionales, pues conforman circuitos cortos que permiten disminuir la cantidad de intermediarios (venta directa o un eslabón de intermediación), revalorizar la cercanía geográfica entre los/as actores de la producción y el consumo (Pastore, Niño y Arnaiz; 2021) e incentivar prácticas asociativas, solidarias y participativas.

En este sentido, se entiende a los **Mercados Asociativos Mayoristas** como los “mercados concentradores de verduras y hortalizas que son organizados mayoritariamente por los propios productores agrupados en cooperativas u otras formas asociativas” (Dumrauf, 2016) impulsados frecuentemente por productores/as hortícolas de las regiones periurbanas pertenecientes a la colectividad boliviana, quienes logran acortar la cadena de intermediación y llegar a su vez con alta frecuencia de venta al/la consumidor/a minorista.

Para garantizar su sostenibilidad y despliegue territorial, las instancias asociativas de producción y comercialización impulsan relaciones sociales entre diversos actores, generando estrategias de abordaje para superar obstáculos conjuntos, generar nuevos espacios comerciales y poder capitalizarse en el territorio. De esta forma, se van tejiendo **redes formales e informales**. Según Dabas y Perrone (1999), las redes formales son redes de apoyo basadas en una organización formal, institucionalizada y estructurada donde sus miembros asumen roles concretos y propósitos específicos, comprendidas como “sistemas escalonados de complejidad creciente (...) expresada en las interacciones de sus estructuras formales” (Dabas y Perrone, 1999: 9). Por su parte, las redes informales “se basan predominantemente en las relaciones familiares y las amistades y reúnen un componente afectivo

² Los mercados frutihortícolas que funcionan en distintos puntos del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) constituyen eslabones relevantes en la comercialización y consumo de frutas y verduras de la población más numerosa del país -alrededor de 14 millones de personas- (Feito, 2019).

³ Según Caracciolo (2010), “la trama de valor está constituida por un conjunto de emprendimientos que se articulan entre pares –horizontalmente-, con sus proveedores de insumos y compradores –verticalmente-, con los servicios de apoyo técnico (...) y financiero -en diagonal- y sobre una base o piso común –el territorio- para generar mayor valor agregado económico” (2010:21).

esencial” (Universidad de Costa Rica, 2008:1) vinculadas a las relaciones de reciprocidad entre diversos agentes, que incluyen desde conversaciones espontáneas hasta el trabajo articulado en torno a un proyecto institucional específico (Dabas y Perrone, 1999).

Estas redes sociales impulsadas por los actores asociados, suponen ciertas formas de construir y hacer **territorio**. De esta manera, se piensa al mismo en términos de Haesbaert (2011), de manera amplia e integrada, situada histórica y geográficamente. El geógrafo brasileño considera que “territorializarse, significa crear mediaciones espaciales que nos proporcionen un efectivo ‘poder’ sobre nuestra reproducción como grupos sociales (para algunos también como individuos), poder que es siempre multiescalar y multidimensional, material e inmaterial, de ‘dominación’ y ‘apropiación’ al mismo tiempo” (Haesbaert, 2011; p. 82). De esta manera, en el territorio suceden explícita o implícitamente procesos de control del espacio impulsados por diferentes grupos sociales, en el marco de diversas relaciones de poder. Haciendo foco en la capacidad de agencia de los actores, se vincula con lo anterior, lo planteado por Mançano Fernández (2009). El autor refiere a la noción de territorio, como la construcción de poder de los agentes que disputan espacios y sentidos involucrados a partir de su hacer cotidiano, a través del cual encarnan una disputa por los modelos de desarrollo social, político y económico, ubicado en un contexto histórico y geográfico determinado.

Para entender las políticas públicas desplegadas en el territorio, se considera aquí el enfoque del **desarrollo local**. Arroyo (2012) lo comprende como “la construcción de capacidades competitivas, realizables mediante la definición de políticas territoriales que tiendan a integrar sistemas locales de empresas o redes empresariales” (Feito, 2023). Pensar estos procesos “desde abajo” (Feito, 2023), supone considerar las particularidades territoriales y la participación activa de los agentes involucrados en los problemas comunes. En concordancia, se entiende a las políticas públicas como “las diversas formas de regulación social y política de los problemas sociales” (Lascoumes y Le Galés, 2014; 30), conformadas en el territorio por la acción del Estado, la comunidad organizada y los actores privados, entre otros.

El Mercado Frutihortícola Saropalca y sus redes territoriales

El *Mercado Frutihortícola Saropalca* se encuentra ubicado en el Barrio Santa Laura, Partido de Morón, Zona Oeste de la Provincia de Buenos Aires y está conformado por más de 150 miembros bolivianos/as, la mayoría oriundos/as del pueblo de Saropalca, Cantón de Toropalca, Provincia de Norchichas, Departamento de Potosí, Bolivia. Son productores/as y comercializadores/as de frutas y hortalizas de venta prioritariamente mayorista, que en los últimos años han reforzado y ampliado la venta también a público minorista. Creado en el año 2003 por la *Asociación Civil Residentes de Saropalca*, funcionan allí más de 155 puestos que las familias

alquilan. Aproximadamente el 60% son productores/as, vendedores/as y socios/as activos/as de la Asociación y el resto, inquilinos/as bolivianos/as y criollos/as que se conforman como operadores/as revendedores/as de frutas y hortalizas (Feito, 2019).

De esta manera, los y las impulsoras del Mercado Frutihortícola Saropalca son esencialmente agricultores/as familiares asociados/as desde 1998, que migraron desde su comunidad y se asentaron gradual y conjuntamente en la localidad de Morón, incentivados por las necesidades económicas pero también por el propio comunitarismo, donde el trabajo colectivo, el sistema de representación de autoridades y la organización comunitaria basada en las costumbres, cobran vital importancia (Riverso Sierra, 2015). En este mercado, contrario al resto de experiencias similares que están basadas en la reventa, la mayoría de sus miembros son productores familiares que poseen fuertes lazos identitarios de compaisaje⁴, edificados sobre la base de relaciones comunitarias indígenas-ayllus. Esto les ha permitido organizarse como grupos étnicos, fortalecer sus relaciones e involucrarse en la vida social de la comunidad local y zonal (Rivero Sierra, 2015).

La Asociación Civil, conformada como su sede social, cultural y deportiva se encuentra ubicada en el KM 3, Ruta N° 25, Partido de Pilar, en las cercanías a la Zona Noroeste y Sur de la Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA)⁵ donde gran parte de los/as productores/as alquilan, viven y trabajan la tierra, trasladándose a comercializar sus productos al Mercado aunados/as por una pertenencia de origen, institucional, cultural e histórica relevante. Sus principales compradores/as son verdulerías, restaurantes y comedores principalmente de la Zona Oeste, pero también de Capital Federal; y, en menor medida, vecinos/as del Barrio que compran bolsones fraccionados y bandejas de verduras.

Respecto a la **redes formales** impulsadas con actores sociales del territorio, el Mercado genera vinculaciones recibiendo asistencia técnica desde el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (sobre el manejo sanitario, la adhesión a registros nacionales y a las normativas vigentes); del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria-Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de La Nación, mediante el Programa Cambio Rural 2019-2021 a través del desarrollo de un diagnóstico participativo y un plan de acción conjunto para la orientación comercial, la capacitación sobre cooperativismo, etc.; del Programa Mercados Bonaerenses del Ministerio de Desarrollo Agrario de la Provincia de Buenos Aires (que fomenta las instancias de comercialización y consumo de productos locales); de la Unidad de Gestión Comunitaria N° 8, la Dirección de Tránsito y la Dirección de Comercialización dependientes del Municipio de Morón (mediante el apoyo en la

⁴El compaisanaje es un tipo de relación establecida entre miembros de distintas comunidades geográficamente próximas que tiene como característica el conocimiento recíproco entre los miembros de las comunidades de referencia (Rivero Sierra, 2015:419).

⁵Las y los productores alquilan parcelas y trabajan en la producción en quintas ubicadas en las localidades de Exaltación de la Cruz, Luján, Escobar, Pilar, General Rodríguez y Marcos Paz como parte de la Zona Noroeste de la RMBA; y Florencio Varela y La Plata como parte de la Zona Sur.

mejora de la infraestructura externa del Mercado, la organización de operativos conjuntos, etc), entre otras instituciones.

Así mismo, miembros del Mercado en co-acción con técnicos extensionistas de los Programas estatales, impulsaron la articulación con la ONG Banco de Alimentos y con el INTA para la reducción de pérdidas y desperdicios de alimentos, la donación a comedores de la región y la reutilización de los mismos para abono. Además, el Mercado realiza articulaciones con la Cámara Argentina de la Actividad Frutihortícola (CAAF) como entidad gremial, y participa activamente en la Mesa Provincial de Mercados Frutihortícolas llevada adelante por el Ministerio de Desarrollo Agrario de la Provincia de Buenos Aires. Ambas instancias de encuentro con actores-pares en la producción y comercialización de alimentos en la RMBA, son parte de las vinculaciones para el fortalecimiento del sector frutihortícola en la zona. Por otro lado, representantes de la Comisión Directiva del Mercado participan de la Mesa de Migrantes como instancia de articulación participativa impulsada por el Municipio de Morón, donde se comparte con otras organizaciones migrantes para pensar la inserción del colectivo en la comunidad, el acceso a derechos y las políticas respecto al sector, entre otras cosas.

A su vez, a través de las **redes informales** de amistad, vecindad y parentesco, las y los miembros del Mercado aunados/as en la Asociación Civil llevan adelante en su Sede de Pilar, tanto eventos de cumpleaños y casamientos destinados a los/as asociados/as, como festividades culturales tradicionales de Bolivia abiertas al público en general: “están todos invitados, pueden venir y no se necesita ser amigo, conocido, viene gente también de la Municipalidad” plantea un miembro del Mercado. Este tipo de relaciones, abona a que los vínculos de fraternidad, compañerismo y solidaridad entre los/as productores/as familiares sean sólidos y duraderos. En este sentido, mediante los lazos entre pares y los vínculos territorializados en la comunidad de Pilar, los/as agricultores/as del Mercado despliegan su capital simbólico, social y cultural; reafirman su identidad, valores y tradiciones comunes; su organización interna y su inserción en la comunidad local.

Resultan relevantes también las articulaciones que llevan adelante las y los miembros del Mercado desde la Asociación Civil en el territorio de Pilar, ya que contribuye a la consolidación de las redes territoriales de la experiencia en términos multidimensionales, demostrando la capacidad de acción y vinculación de sus agentes. Sobre ésto, un miembro de la Comisión Directiva cuenta: “tenemos un buen vínculo con la municipalidad, a través de ellos donamos mercadería a comedores y organizaciones de la zona, llevando sobre todo frutas del Mercado y verduras de las quintas. Antes de la pandemia, también donamos ladrillos y cemento a escuelas. Trabajamos con el Viceconsulado del Estado Plurinacional de Bolivia en Pilar, hacemos trámites por la documentación de nuestros connacionales”.

Reflexiones finales

Las redes formales traccionadas por el Mercado con las diversas áreas y escalas del Estado, posibilitaron la amplitud de canales comerciales de proximidad; el asesoramiento y acompañamiento técnico para el impulso de la actividad; el avance en la formalización de las y los productores, comercializadores y el establecimiento en relación con los registros oficiales; la mejora en la infraestructura interna y externa del Mercado; la inserción de la institución a nivel local; entre otras cosas. Por su parte, las redes informales promovidas por el Mercado con instancias de la sociedad civil -organizada y no organizada-, posibilitaron tanto la reducción del impacto ambiental que genera el Mercado (impulsando las donaciones de alimentos), hasta la inserción de la comunidad saropalqueña en la Región, aportando a la producción y distribución de alimentos, la pluriculturalidad y el fortalecimiento del tejido social.

Mediante las redes territoriales construidas, los y las agricultores/as familiares migrantes, se conforman como actores sociales y políticos claves en el territorio. La organización colectiva de estos agentes respecto al circuito de producción y comercialización de alimentos, genera un gran aporte al desarrollo local “desde abajo” (Feito, 2023), donde el territorio se presenta como interfaz y punto de encuentro entre la acción pública y la capacidad de agencia de las y los actores impulsores de la iniciativa. Desde un enfoque territorial, el desafío entonces está en que los programas y proyectos estatales logren adaptarse a las realidades y necesidades locales, potenciando el rol y la participación activa de sus agentes. En esta experiencia, se visualiza así la construcción conjunta de políticas públicas, entendidas como resultado de la acción generada entre las instituciones estatales y los/as productores/as y comercializadores/as que forman parte del Mercado (Lascoumes y Le Galés, 2014).

Como vemos, la experiencia del Mercado Saropalca de Morón expresa así su potencial no sólo desde la dimensión económica-productiva como instancia de comercialización alternativa que genera intercambios más equitativos, sino también como posibilidad de incrementar el capital social, cultural, simbólico y político-ciudadano de las y los agentes protagonistas del Mercado. Se considera que este tipo de análisis son importantes para entender las potencialidades de dichas iniciativas, y es observando el modo de construir territorio y las relaciones que allí se impulsan, donde se encuentran gran parte de las respuestas.

Se concluye que la experiencia de producción y comercialización de alimentos impulsada por el Mercado Saropalca configura un entramado de relaciones sociales territoriales que por un lado, permiten el despliegue y la sostenibilidad de la iniciativa; y por el otro, posibilita el acceso de la población local a los alimentos frutihortícolas producidos por las y los miembros del Mercado. De este modo, promover la organización asociativa, fortalecer el rol del Estado, y formalizar las

instancias de encuentro entre actores diversos, son acciones prioritarias para abonar a la capitalización multidimensional de las y los sujetos que sostienen la construcción de ese “otro campo” en la Argentina.

En relación al caso, es útil retomar los aportes disciplinares realizados desde el Trabajo Social, recuperando la importancia de la *perspectiva territorial y situada* a la hora de acompañar los procesos sociales emancipatorios, más cuando se vuelven estrategias organizativas de resistencia y autonomía ante las lógicas del capital. Por otro lado, el *abordaje profesional integral, interdisciplinar e interseccional* de la profesión en los acompañamientos diarios, se vuelven referencias fundamentales para abordar la complejidad de los problemas sociales actuales e intentar superar así los obstáculos que surgen en los procesos de organización comunitaria.

A 40 años de la recuperación democrática donde el rol del Estado vuelve a ser cuestionado por representantes de las élites dominantes de poder, es de destacar, la importancia de la presencia de las escalas estatales en el tejido comunitario, consolidándose mediante sus funcionarios/as como articuladores/as territoriales fundamentales entre las y los agentes. De este modo, el estudio de este tipo de experiencias, permiten comprender el modo a través del cual, estos mercados impulsados por Asociaciones de agricultores familiares migrantes (Feito, 2023) logran sostenibilidad en el tiempo y aportan a la reconstrucción del tejido social, disputando a su vez, sentidos contra-hegemónicos alternativos.

Bibliografía

- Arroyo, D. (2012). “Desarrollo social y comunicación en América Latina”. *Oficios Terrestres*, 1(27). Recuperado de https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficios_terrestres/article/view/1302
- Bourdieu, P. (2001). “Las estructuras sociales de la Economía”. Ed. Manantial. Buenos Aires.
- Caracciolo, M. (2013). “Tramas de valor en la Economía Solidaria”. II Foro de Economía Solidaria. Programa Economía Solidaria. IDAES/UNSAM. Buenos Aires
- Carballeda, A. (2018) .Ensayo sobre la Cuestión Social En Revista Margen, nº 89, pp.1-9. Disponible en: https://www.margen.org/suscri/margen89/carballeda_89.pdf
- Chauveau, C. y Taïpe, D. (2012). “Circuitos alternativos de comercialización. Estrategias de la agricultura familiar campesina. Inventario, impacto, propuesta”. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de Ecuador. Quito, Ecuador.
- Dabas, E y Perrone, N. (1999). “Redes en Salud”. Parte II. Documento inédito. Disponible en <https://buenosaires.gob.ar/areas/salud/dircap/mat/matbiblio/redes.pdf>

- Dumrauf, S. (2016). "Modalidades alternativas de comercialización para la Agricultura Familiar". Debates, enseñanza investigación y extensión en las Ciencias de la Naturaleza, UNICEN, Buenos Aires. Disponible en <https://www.unicen.edu.ar/content/modalidades-alternativas-de-comercializaci%C3%B3n-para-la-agricultura-familiar>
- Feito, M. C. (2014). "Ruralidades, agricultura familiar y desarrollo. Territorio del Periurbano Norte de la provincia de Buenos Aires". Buenos Aires: La Colmena.
- Feito, M. C. (2023). "Comercialización de la agricultura familiar para el desarrollo rural local en el Área Metropolitana de Buenos Aires. El mercado Saropalca de Morón, provincia de Buenos Aires". Mundo Agrario, 23(54), e200. Disponible en <https://doi.org/10.24215/15155994e200>
- Foti M. P. y Caracciolo M. (2012). "Economía Social y Solidaria. Aportes para una visión alternativa". Programa de estudios avanzados en Economía Solidaria. IDAES-UNSAM.
- Giarracca, N. y Teubal, M. (2008). "Del desarrollo agroindustrial a la expansión del agronegocio: el caso argentino". En: Mançano Fernandes, B. (Coord.) Campesinado y Agronegocios en América Latina, Buenos Aires, CLACSO-ASDI.
- Haesbaert R. (2011). "El mito de la desterritorialización: del 'fin de los territorios' a la multiterritorialidad". Ed. Siglo XXI. Traducción Marcelo Canossa. México.
- INTA (2005). Documento base del CIPAF. Programa Nacional de Investigación y Desarrollo tecnológico para la Pequeña Agricultura Familiar. Buenos Aires. Ed. INTA.
- Lascoumes, P.; Galès, P. L. (2014). "Sociología de la acción pública". Trad. Viente Ugalde. 2da Ed. México DF. El Colegio de México.
- Mançano Fernández, B. (2009). "Sobre a tipología de territorios". En Saquet, M. A. y Savério Spósito, E. (orgs.), Territórios e territorialidades. Teorias, processos e conflitos. Sao Paulo: Editora Expressao Popular.
- Murmis M. y Feldman S. (2002). "Las ocupaciones informales y sus formas de sociabilidad". En Beccaria L., et. al., Sociedad y sociabilidad en la Argentina de los 90. UNGS. Editorial Biblos.
- Pastore, R., Niño, L. y Arnaiz, C. (2021). "Intermediación solidaria y circuitos socioeconómicos frutihortícolas". Revista MDA, Ministerio de Desarrollo Agrario de la Provincia de Buenos Aires, 2(3), 37-41.
- Rivero Sierra, F. (2015). "El "comunitarismo" de los Saropalqueños y el "individualismo" de los Calileños. Pistas para entender distintas lógicas migratorias entre los Toropalqueños de Potosí, Bolivia". Odisea. Revista de Estudios Migratorios 2. P. 414-433.
- Sanchís N., Fernández S. y Comaleras D. (2003). "Mujeres que trabajan. Incorporando la perspectiva de género en emprendimientos productivos de la Economía Social". Asoc. Civil Lola Mora. Buenos Aires.
- Universidad de Costa Rica, CONAPAM, Presidencia de la República (2008). "Redes de apoyo social". En Iº Informe estado de situación de la persona adulta mayor en Costa Rica (Cap 5). Disponible en https://ccp.ucr.ac.cr/espam/descargas/ESPAM_cap5web.pdf