



UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA  
METROPOLITANA  
*del Estado de Chile*

Semestral. Volumen 19, n.º 2, Diciembre 2025

# REVISTA CHILENA DE ECONOMÍA Y SOCIEDAD

---

## ARTÍCULO

LA RESPONSABILIDAD EN EL ECOSISTEMA DE FINANZAS  
DESCENTRALIZADAS (DeFi): UN ANÁLISIS CRÍTICO DESDE EL  
DERECHO CHILENO A LA LUZ DE LA LEY FINTECH  
Tomás A. Valenzuela R. | L. Valenzuela-Silva

EL MERCADO PÚBLICO MUNICIPAL COMO ARTICULADOR DE  
CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO  
TERRITORIAL EN LARRÁINZAR, CHIAPAS, MÉXICO  
María Guadalupe Ocampo Guzmán | Juana Gómez Hernández  
Héctor B. Fletes Ocón

LA CONCENTRACIÓN DEL SECTOR BANCARIO EN CHILE: RETOS Y  
OPORTUNIDADES EN 2025  
René Fernandez Montt | Matías Cabrera Ballesteros

ESPACIOS PÚBLICOS Y CENTROS COMERCIALES, ARTICULACIÓN  
PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO EN CONTEXTOS URBANOS  
Américo Ibarra Lara

# EL MERCADO PÚBLICO MUNICIPAL COMO ARTICULADOR DE CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO TERRITORIAL EN LARRÁINZAR, CHIAPAS, MÉXICO

THE MUNICIPAL PUBLIC MARKET AS AN ARTICULATOR OF SHORT SUPPLY CHAINS FOR MARKETING AND TERRITORIAL DEVELOPMENT IN LARRÁINZAR, CHIAPAS, MEXIC

**María Guadalupe Ocampo Guzmán\***

**Juana Gómez Hernández\*\***

**Héctor B. Fletes Ocón\*\*\***

---

\*Profesora de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Autónoma de Chiapas, México. Correo electrónico: [maría.guzman@unach.mx](mailto:maría.guzman@unach.mx). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1904-4498>.

\*\*Maestra en Desarrollo Local, Universidad Autónoma de Chiapas, México. Correo electrónico: [juanaschiapas@gmail.com](mailto:juanaschiapas@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4808-8721>.

\*\*\*Profesor de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Autónoma de Chiapas, México. Correo electrónico: [hector.fletes@unach.mx](mailto:hector.fletes@unach.mx). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5603-1808>.



## RESUMEN

Este estudio examina el papel del mercado público municipal de San Andrés Larráinzar, Chiapas, como eje articulador de los circuitos cortos de comercialización (CCC) y su incidencia en el desarrollo territorial. Para ello se empleó una metodología mixta que incluyó entrevistas, cuestionarios y observación participante, realizada entre 2022 y 2024, complementada con el análisis de datos socioeconómicos y del contexto local. Los hallazgos revelan que el mercado no solo cumple funciones económicas, sino que también actúa como un espacio social y cultural donde se fortalecen la soberanía alimentaria, las prácticas agrícolas tradicionales y los lazos comunitarios. No obstante, su funcionamiento enfrenta obstáculos significativos, entre ellos la insuficiencia de infraestructura, las desigualdades sociales y de género, así como la creciente competencia de productos industrializados. Se concluye que los mercados públicos en territorios indígenas son estratégicos para el desarrollo sostenible, aunque requieren apoyo institucional y fortalecimiento organizativo comunitario.

Código JEL: O18, Q13, R1

Palabras clave: mercado público, circuitos cortos, desarrollo territorial, Larráinzar, Chiapas

## ABSTRACT

This study examines the role of the municipal public market in San Andrés Larráinzar, Chiapas, as a hub for short marketing circuits (SMC) and its impact on territorial development. To this end, a mixed methodology was used, including interviews, questionnaires, and participant observation, carried out between 2022 and 2024, complemented by the analysis of socioeconomic data and the local context. The findings reveal that the market not only fulfills economic functions but also acts as a social and cultural space where food sovereignty, traditional agricultural practices, and community ties are strengthened. However, its operation faces significant obstacles, including inadequate infrastructure, social and gender inequalities, and growing competition from industrialized products. It is concluded that public markets in indigenous territories are strategic for sustainable development, although they require institutional support and community organizational strengthening.

JEL Code: O18, Q13, R1

Key words: Public market, short supply chains, territorial development, Larráinzar, Chiapas

Fecha de recepción: 7 de octubre 2025

Fecha de aceptación: 15 de octubre 2025

Fecha de publicación 31 de diciembre 2025.

## INTRODUCCIÓN

Los mercados públicos municipales en las zonas rurales e indígenas desempeñan un papel importante, no solo en la comercialización de productos agropecuarios, sino también en la disponibilidad de alimentos frescos a precios accesibles para la comunidad. Estos mercados son espacios relevantes en la economía local, pues permiten la interacción directa entre los productores agrícolas, los comerciantes y los consumidores. A través de la venta directa de productos sin intermediarios, los mercados públicos facilitan el acceso a alimentos frescos y de calidad, lo que representa un apoyo significativo para la seguridad alimentaria de las poblaciones rurales. Además, estos mercados favorecen el establecimiento de vínculos entre actores locales y externos, promoviendo una dinámica económica que beneficia a todos los participantes. Según la FAO (2016), los mercados públicos permiten una mayor inclusión social y económica, contribuyendo a la estabilidad de las economías locales y al fortalecimiento de la comercialización de productos agrícolas a pequeña escala. Un ejemplo representativo de esta dinámica se observa en el mercado público de Larráinzar, un municipio rural ubicado en el estado de Chiapas, México. Este mercado es un espacio donde los productores agrícolas pueden vender directamente sus productos a los consumidores, sin la mediación de intermediarios, lo que promueve una mayor equidad en los precios y el fortalecimiento de los lazos entre la producción local y la demanda del mercado. En Larráinzar, la actividad agrícola es de pequeña escala, y muchos de los productores son familias indígenas que dependen de la venta directa en el mercado o días de tianguis para obtener ingresos. A diferencia de los mercados urbanos, donde los procesos comerciales suelen ser más complejos y los productores tienen menos poder de negociación, el mercado público de Larráinzar permite una interacción más directa y transparente, lo que favorece el fortalecimiento de la economía local.

Este artículo tiene como objetivo analizar cómo el mercado público de Larráinzar contribuye a la constitución

y operación de circuitos cortos de comercialización (CCC) de productos agropecuarios. A través de este enfoque, se pretende examinar las relaciones entre los diferentes actores del mercado (como productores, consumidores y comerciantes); y cómo estas interacciones impactan en el desarrollo económico del municipio.

Larráinzar, como muchos otros municipios rurales en México, enfrenta condiciones de pobreza extrema, marginación y un contexto social caracterizado por una fuerte presencia de comunidades indígenas. Estas condiciones hacen que el análisis del mercado público y sus circuitos cortos de comercialización sea aún más relevante, ya que el acceso directo a los productos agropecuarios locales puede tener un papel relevante en la mejora de las condiciones de vida de los habitantes de la región.

El análisis propuesto se realizó con un enfoque territorial y comercial, lo que permitió abordar tanto los aspectos geográficos que condicionan el funcionamiento del mercado, como las dinámicas comerciales que se generan entre los actores involucrados. El mercado público de Larráinzar no solo actúa como un espacio de intercambio económico, sino también como un punto de encuentro social y cultural, donde las costumbres y tradiciones locales se preservan y se refuerzan. En este sentido, este documento busca explicar la importancia de estos mercados como herramientas de inclusión económica, destacando su capacidad para reducir la intermediación en la cadena de distribución de productos agropecuarios y su potencial para fortalecer la economía local.

El enfoque metodológico de la investigación combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, integrando tanto las percepciones de los actores involucrados como los datos socioeconómicos del territorio. La recolección de información se llevó a cabo entre 2022 y 2024 mediante entrevistas a autoridades municipales y administradores del mercado, observación participante en las diferentes áreas de actividad comercial, y la aplicación de cuestionarios a veinte productores, dieciocho comerciantes y veinte consumidores vinculados con

el mercado de Larráinzar. Asimismo, se analizaron elementos como la infraestructura del mercado, las redes de comercialización, las formas de organización social y las prácticas culturales que configuran la dinámica comercial de este espacio.

El documento se estructura en diversos apartados que permiten comprender de manera integral el fenómeno de estudio. En primer lugar, se abordan los elementos conceptuales que sustentan el análisis. Posteriormente, se presenta una descripción geográfica, histórica, socioeconómica y cultural del municipio de Larráinzar. Más adelante, se exponen los antecedentes y la situación actual del mercado público municipal, seguidos de las formas de organización y participación de los distintos actores que lo integran. Asimismo, se describen los principales productos comercializados y la dinámica de los días de tianguis, para luego analizar el papel del mercado como nodo articulador de circuitos cortos de comercialización. Finalmente, se plantean los retos y limitaciones que enfrenta este espacio comunitario, y se presentan las conclusiones derivadas de la investigación.

## 1. ELEMENTOS CONCEPTUALES: DESARROLLO TERRITORIAL, CIRCUITOS CORTOS Y MERCADOS PÚBLICOS

El territorio constituye el marco en el que se inscriben las relaciones sociales, económicas y culturales de una comunidad. No se trata únicamente de un espacio físico, sino de un escenario vivo en el que convergen la historia, las costumbres y las prácticas productivas de los actores locales (Enríquez, 2019; Llanos-Hernández, 2010). En ese sentido, el desarrollo territorial no debe entenderse únicamente como un mecanismo de crecimiento económico, sino como un proceso integral que busca fortalecer las capacidades locales y aprovechar los recursos disponibles para mejorar

la calidad de vida de la población. Como señalan Alburquerque y Pérez (2012), este proceso apunta a generar ingresos y condiciones de vida dignas en un ámbito territorial específico. Sin embargo, más allá de una visión meramente economicista, es importante considerar que el desarrollo territorial se nutre de las dinámicas propias de cada región, impulsadas desde abajo por los actores sociales locales y no solo desde las instancias centrales del gobierno (Boisier, 2001; Vázquez, 2007).

Asimismo, Arocena (1995) resalta su dimensión cultural, al entenderlo como la construcción de un espacio socialmente apropiado donde las comunidades se reconocen como sujetos de su historia y su futuro. Además, diversos autores destacan que este proceso requiere del fortalecimiento del entramado social e institucional, así como de la valorización de los recursos naturales y culturales de cada región (Devia y Sánchez, 2021; Coraggio, 2003; Alburquerque y Pérez, 2013). García et al. (2017) subrayan que consolidar la base socio-institucional y productiva de una comunidad es condición indispensable para lograr un verdadero desarrollo territorial. Sin embargo, esta consolidación enfrenta tensiones en contextos como el de Larráinzar, donde la economía campesina de pequeña escala, la organización comunitaria y la identidad cultural tsotsil se encuentran simultáneamente en riesgo y en resistencia frente a las dinámicas globales.

Rodríguez (2015) advierte la necesidad de generar espacios propicios para las actividades económicas, sociales y culturales que fortalezcan la producción local y promuevan un consumo sostenible. No obstante, estos esfuerzos se ven amenazados por lo que Martínez y Baca (2020) denominan procesos de desterritorialización; es decir, la pérdida de control comunitario sobre el propio territorio, lo que debilita la identidad y los lazos de solidaridad. Esto evidencia una contradicción importante, porque mientras que el desarrollo territorial exige reforzar las bases locales y culturales, la globalización tiende a erosionarlas.



Autores como Albuquerque y Pérez (2013), afirman que el desarrollo territorial depende esencialmente de la cooperación entre actores e instituciones, pero esa cooperación debe garantizar la autonomía y la capacidad de decisión de las comunidades. Por su parte Boisier (2001) y Vázquez (2007) coinciden en que el desarrollo no puede imponerse desde fuera, sino que debe surgir de procesos endógenos que movilicen recursos, instituciones y redes locales. Schejtman y Berdegú (2004) añaden que esta transformación productiva e institucional debe orientarse a reducir la pobreza rural, mientras que Arocena (1995) enfatiza la dimensión cultural, al concebir el desarrollo territorial como la construcción de un espacio socialmente apropiado donde las comunidades se reconocen como sujetos de su historia y su futuro.

Los circuitos cortos de comercialización (CCC) representan un eje central en el desarrollo rural y territorial. Se definen como formas de intercambio en las que se reduce al mínimo la distancia entre productor y consumidor final, eliminando o disminuyendo la participación de intermediarios (Marsden et al., 2000). Según estos autores, los CCC son “mecanismos alternativos de comercialización que establecen vínculos directos entre productores y consumidores, en los que el valor y el significado de los productos se transmiten de manera más transparente” (p. 425).

Estos circuitos se caracterizan por el comercio de productos frescos y de temporada, favoreciendo la venta directa y evitando que los productos sean transportados largas distancias (Gómez Hernández, 2022). Los agricultores participan activamente en este proceso, apoyándose en la mano de obra familiar y aprovechando los recursos locales disponibles.

Para Renting; Marsden y Banks (2003, p. 398), los CCC representan “una estrategia de desarrollo rural que permite revalorizar los productos locales, crear confianza entre productores y consumidores y fortalecer las economías regionales”. En este sentido, los CCC no

solo generan ingresos, sino que fortalecen los vínculos comunitarios y la cohesión social.

En México, la FAO (2016, p. 12) destaca que los CCC “permiten a los pequeños productores acceder a mercados locales y a los consumidores obtener alimentos frescos a precios accesibles”. Este planteamiento se evidencia en Larráinzar, donde el mercado público municipal funciona como un espacio determinante para la concreción de los CCC, al servir como punto de encuentro entre campesinos, comerciantes y consumidores.

Además de su función económica, los circuitos cortos deben entenderse como prácticas sociales y culturales. Según Begiristain (2018, p. 54), los CCC “favorecen la reproducción de modos de vida, costumbres y relaciones de confianza entre actores locales”. En Larráinzar, estas prácticas contribuyen a la identidad indígena, la cohesión comunitaria y la soberanía alimentaria.

Los circuitos cortos de comercialización constituyen estrategias de proximidad económica, social y cultural. Su relevancia no se limita a la eficiencia del intercambio, sino que radica en la articulación de actores locales, el fortalecimiento de economías campesinas y la promoción de la sustentabilidad territorial al generar ingresos familiares y mejorar la calidad de vida de la población. El mercado público se establece como un espacio estratégico para la concreción de estos circuitos. Más que un lugar físico de intercambio, representa un nodo económico y social donde confluyen productores, comerciantes y consumidores, generando dinámicas de convivencia y socialización esenciales para la vida territorial (García et al., 2016; Giglia, 2018).

El mercado público puede entenderse como un espacio económico-social integral que garantiza el abasto de productos básicos, dinamiza la economía campesina y, al mismo tiempo, preserva prácticas sociales y culturales que sostienen la cohesión comunitaria. El mercado público representa un espacio social dinámico que permite la existencia de circuitos cortos de comercialización a escala municipal y regional, relacionados con la producción de productos agropecuarios propios de la región.

En el caso de Larráinzar, el mercado municipal es un espacio físico de carácter público, regulado y administrado por el ayuntamiento local, la organización comunitaria y sus normas locales; destinado a la concentración, intercambio y distribución de bienes y servicios, principalmente productos de primera necesidad (como alimentos frescos, insumos básicos y artículos de uso doméstico). Funciona como un espacio económico público donde los campesinos ofertan sus excedentes, al tiempo que se materializan relaciones de poder, cooperación y conflicto, a través de la infraestructura, la circulación de recursos y las relaciones sociales (Raffestin, 2011). Paralelamente, cumple un papel cultural, pues se convierte en escenario de transmisión de valores, prácticas, costumbres y saberes (Giménez, 1996).

De este modo, territorio, circuitos cortos de comercialización y mercados públicos conforman un sistema interdependiente. El territorio aporta recursos naturales, sociales y culturales; los mercados públicos actúan como espacios de encuentro, regulación y socialización; y los CCC aseguran proximidad entre productores y consumidores, dinamizando economías campesinas y fomentando la sustentabilidad. En Larráinzar, esta articulación no solo preserva la identidad cultural y la organización comunitaria, sino que también ofrece alternativas frente a las lógicas globalizadas de comercialización, demostrando que el desarrollo territorial solo es posible cuando se integran las dimensiones económicas, sociales y culturales con protagonismo comunitario.

## 2. EL CONTEXTO DE LARRÁINZAR, CHIAPAS

Larráinzar es un municipio ubicado en el Altiplano Central de Chiapas en México caracterizado por su relieve montañoso y una altitud media de 2200 metros sobre el nivel del mar<sup>1</sup>. Pertenece a la región socioe-

conómica V Altos Tsotsil-Tseltal de Chiapas. Limita al norte con El Bosque y Chalchihuitán, al este con Chenalhó, al sur con Chamula y al oeste con Bochil e Ixtapa. Cuenta con 66 localidades (Inegi, 2010). Es un municipio indígena, con una marcada presencia de la etnia tsotsil. A lo largo del siglo XX y principios del XXI, ha sido escenario de importantes procesos de transformación sociopolítica, particularmente ligados al movimiento zapatista.

Larráinzar fue uno de los primeros municipios en los que el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) tuvo presencia visible, siendo incluso el lugar donde el Subcomandante Marcos fue visto por primera vez con el rostro cubierto con pasamontañas. Esto marca el inicio simbólico del levantamiento del EZLN en 1994 y la relevancia del municipio en la lucha indígena y por los derechos humanos (Núñez, 2024; CNDH, 2018; Le Bot, 2023).

El contexto de Larráinzar también se enmarca en una historia de marginalización, militarización y procesos de reorganización comunal. Se resalta cómo, a pesar del control territorial del Estado y la presencia militar, la comunidad se convirtió en un espacio de resistencia y reafirmación cultural. En este sentido, Larráinzar no solo fue un punto estratégico para el zapatismo, sino también un símbolo del resurgimiento de las demandas indígenas por autonomía y autodeterminación. En este municipio se llevaron a cabo encuentros entre representantes del gobierno federal y del EZLN, especialmente durante los Diálogos de San Andrés en 1996, consolidando la relevancia política del lugar (Sámano et al., 2001; Aguilar et al., 2010).

Lo anterior ha favorecido procesos de reorganización comunal y fortalecimiento de formas de gobernanza autónoma indígena. Esto ha impactado en el desarrollo territorial al promover la identidad cultural, la auto-

1. El municipio de Larráinzar formó parte de la región tsotsil durante la época prehispánica con el nombre Istacostoc o Saka'mch'en, que

en náhuatl significa *caverna blanca* y en tsotsil *cueva blanca*. A finales del siglo XVI recibió el nombre de San Andrés por los frailes dominicos en Chiapas. En 1934 se cambió la denominación del pueblo de San Andrés, por la de Larráinzar (INAH, 2021).

determinación y modelos alternativos de desarrollo que no se basan necesariamente en el crecimiento económico tradicional, sino en la defensa del territorio y los bienes comunes.

En 2020, Larráinzar contaba con una población total de 31.259 habitantes, de los cuales el 51,4% eran mujeres y el 48,6% hombres. Una característica destacada es la alta proporción de hablantes de lenguas indígenas: el 88,5% de la población de tres años y más habla al menos una lengua indígena, siendo el tsotsil el más preponderante con 27.638 hablantes (DataMéxico, 2025). La mayoría de las viviendas particulares habitadas en 2020 contaban con dos o tres cuartos, representando el 37,7% y 32,7% respectivamente. En cuanto a dormitorios, el 49,4% de las viviendas tenía un solo dormitorio. En términos de conectividad y servicios, se observa una limitada disponibilidad de tecnologías y equipamiento en los hogares (Inegi, 2020).

La educación en Larráinzar presenta desafíos significativos. En 2020, el 52,9% de la población de quince años y más había completado la primaria, el 31,1% la secundaria y solo el 12,5% la preparatoria o bachillerato general. Además, la tasa de analfabetismo era del 17,3%, afectando en mayor medida a las mujeres (65,3% del total de personas analfabetas) (Inegi, 2020).

En términos de salud, en 2020, el 53,9% de la población era atendida por el Seguro Popular, mientras que solo el 3,59% contaba con seguro social. Las principales discapacidades reportadas fueron visuales (334 personas), físicas (317 personas) y auditivas (291 personas). Aunque no se dispone de datos específicos para Larráinzar, en el tercer trimestre de 2024, la tasa de participación laboral en Chiapas fue del 53,8%, con una tasa de desocupación del 1,97%. El salario promedio mensual fue de \$5.350 MXN, siendo notable la alta informalidad laboral con el 76,1% de la población ocupada en este sector (DataMéxico, 2025).

En 2020, el 56,7% de la población de Larráinzar se encontraba en situación de pobreza moderada y el 39%

en pobreza extrema. Las principales carencias sociales identificadas fueron el acceso a la seguridad social, servicios básicos en la vivienda y calidad y espacios de la vivienda (DataMéxico, 2025).

La economía se basa en la agricultura de subsistencia, siendo el maíz el cultivo principal, junto con frijol, café y algunos productos hortícolas. También se practica la ganadería a pequeña escala y la explotación forestal, aunque con bajo impacto comercial.

Los datos anteriores muestran que Larráinzar presenta un caso representativo donde el desarrollo territorial se entrelaza con procesos históricos, políticos, culturales y socioeconómicos. La existencia de un sistema comunal fuerte ha determinado formas particulares de organización territorial y productiva.

La alta tasa de pobreza y marginación, junto con bajos niveles educativos y una infraestructura limitada, restringen la inserción de Larráinzar en cadenas de valor más amplias. Sin embargo, estas mismas condiciones han impulsado estrategias comunitarias de producción y comercialización de base local, como tianguis dominicales, trueques o venta directa de productos agrícolas (maíz, frijol, café, hortalizas), que son característicos de los circuitos cortos.

### 3. ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO PÚBLICO MUNICIPAL DE LARRÁINZAR

En Larráinzar, la demanda de bienes y servicios ha crecido conforme aumenta la población local y la de los municipios vecinos, tales como Chamula, Aldama, El Pinar, Chenalhó, Jitotol, Bochil, El Bosque e Ixtapa, todos ellos pertenecientes a la región V Altos Tsotsil-Tseltal de Chiapas. Este incremento ha consolidado a Larráinzar como un centro de abastecimiento regional, particularmente los días domingo, cuando pequeños agricultores transportan directamente sus productos



frescos para el abasto de las familias locales y visitantes, contribuyendo a la generación de ingresos y a la seguridad alimentaria.

Históricamente, las actividades comerciales se desarrollaban en el parque central, espacio que funcionó como mercado desde la fundación del poblado ante la falta de infraestructura formal. Con el paso de los años, este lugar adquirió la dinámica de un mercado público municipal. No obstante, en 2008 las autoridades municipales decidieron rescatar el parque central como espacio recreativo, lo que implicó la reubicación de los comerciantes en dos zonas distintas: una en la calle Las Palmas y otra en la Avenida Morelos. Esta división respondió también a tensiones políticas entre grupos zapatistas y no zapatistas, por lo que a partir de entonces se diferenciaron el “mercado zapatista” y el “mercado público municipal” (Gómez, 2016).

El mercado público ubicado en la Avenida Morelos fue consolidándose como el de mayor actividad; sin embargo, presentaba deficiencias estructurales: una construcción de dos plantas poco funcional, sin espacios adecuados para estacionamiento ni para carga y descarga de mercancías. Estas limitaciones provocaron que muchos comerciantes se instalaran en la vía pública, generando conflictos con la población local. Frente a esta problemática, en 2020 el gobierno municipal, en coordinación con el estatal, inició la remodelación del mercado con el objetivo de mejorar su funcionalidad. Durante las obras, 45 comerciantes fueron reubicados de manera temporal en las calles aledañas, principalmente en la calle Aldama.

La remodelación culminó en 2023. La construcción integró 140 locales, área de carga y descarga, estacionamiento, elevador (que no se puso en funcionamiento), sanitarios, área de lavado, contenedores de basura y almacenamiento de agua. El 13 de junio de ese año se pidió a los comerciantes ocupar provisionalmente los locales para que personal de la Secretaría de Obras Públicas tomara fotografías del inmueble prácticamente finalizado. Posteriormente, el 9 de julio de 2023 se realizó la inauguración oficial,

en un acto encabezado por autoridades municipales y estatales, incluyendo la presencia del gobernador en turno del estado de Chiapas. Para este evento, a los locatarios se les solicitó una cooperación económica obligatoria y se establecieron multas para quienes no participaran. No obstante, después de la ceremonia, se pidió nuevamente a los comerciantes desalojar el lugar, manteniéndose en la vía pública hasta el 13 de agosto de 2023.

Finalmente, el 14 de agosto de 2023 los comerciantes ingresaron de manera definitiva al mercado remodelado, ocupando los espacios asignados por sus representantes. Sin embargo, desde el inicio se presentaron inconformidades relacionadas con el tamaño reducido de los locales, su distribución desigual y la falta de paredes en algunas áreas, lo que provoca afectaciones en temporada de lluvias y pérdidas de productos. Asimismo, algunos vendedores han señalado que los locales ubicados al fondo reciben menor afluencia de compradores, lo que ha generado disputas internas por los lugares mejor posicionados.

De los 140 locales construidos, actualmente solo 44 están en funcionamiento, mientras que el resto permanece en completo abandono. Esta situación se explica, en primer lugar, por el número limitado de comerciantes que había originalmente. Si bien con el tiempo se sumaron algunos más, la demanda de productos no fue suficiente para sostener la operación de todos, lo que llevó al cierre de varios locales. Además, la población ya tenía una relación consolidada con los comerciantes de siempre y estaba acostumbrada a comprarles a ellos. Por esta razón, los nuevos vendedores no lograron obtener la aceptación necesaria para mantenerse en el mercado.

Además de las actividades comerciales cotidianas que se realizan en el mercado público, los domingos tiene lugar el tianguis, un evento que reúne a más de 200 vendedores provenientes tanto de distintas comunidades de Larráinzar como de municipios vecinos. Estos comerciantes se instalan en varias calles y banquetas

frente al mercado y a un costado de la iglesia, generando un importante punto de encuentro comercial. El tianguis dominical concentra una mayor afluencia de consumidores y, al mismo tiempo, complementa la actividad del mercado. Un ejemplo de ello es que los propios locatarios acuden al tianguis para adquirir productos frescos de los agricultores locales, como repollo, rábanos, lechuga, acelga, entre otros, que luego ofrecen en sus puestos. Gracias a este intercambio, tanto los comerciantes del mercado como los del tianguis logran incrementar significativamente sus ventas en comparación con los días de semana.

A pesar de las dificultades y del día de tianguis, el mercado continúa operando como el principal punto de abastecimiento de la cabecera municipal y de comunidades vecinas. La organización interna está a cargo de los propios comerciantes, quienes eligen representantes para plantear necesidades e inconformidades ante las autoridades municipales. No obstante, las tensiones persisten, ya que algunos vendedores continúan ocupando banquetas y calles en días hábiles, aunque el acuerdo oficial establece que esto solo debería permitirse los fines de semana por razones de seguridad y orden urbano.

En la actualidad, el mercado público municipal de Larráinzar representa tanto un espacio de intercambio económico como un lugar de encuentro social y cultural. Sin embargo, las limitaciones en la infraestructura, la inconformidad con la asignación de espacios y la persistencia de ventas en la vía pública plantean retos para su consolidación plena como un mercado funcional, incluyente y sostenible.

#### 4. FORMAS DE ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN DE ACTORES EN EL MERCADO PÚBLICO

El mercado público de Larráinzar no solo es un espacio de intercambio económico, sino también un ámbito

de organización comunitaria en el que convergen productores, comerciantes, consumidores y autoridades municipales. La organización de este mercado responde a dinámicas tradicionales de participación colectiva, donde la asamblea juega un papel central como máxima instancia de decisión.

Las autoridades municipales ejercen un rol regulador, estableciendo normas sobre el uso de espacios, horarios de venta y cobro de cuotas. No obstante, gran parte de la gestión cotidiana recae en la organización interna de los comerciantes, quienes participan en reuniones periódicas para acordar la distribución de lugares, resolver conflictos y coordinar actividades. En este sentido, la estructura organizativa del mercado refleja lo que Arocena y Marsiglia (2017) describen como el accionar de los actores locales: sujetos individuales o colectivos que, en función de una lógica comunitaria, orientan sus acciones hacia la mejora de la calidad de vida y el fortalecimiento del territorio.

Un rasgo distintivo de esta organización es el sistema de cooperación y reciprocidad. Los comerciantes y productores asumen responsabilidades compartidas para el funcionamiento del mercado, tales como la limpieza de espacios comunes, el mantenimiento de la infraestructura y la colaboración en eventos especiales (festividades religiosas o comunitarias). Como observa Raffestin (2011), en estos espacios “se materializa el poder a través de la infraestructura, la circulación de recursos y las relaciones sociales”, lo cual evidencia que la organización no se limita a lo económico, sino que involucra aspectos sociales y culturales del territorio. Asimismo, el mercado opera bajo principios de autorregulación comunitaria: la designación de representantes entre los comerciantes, el respeto de turnos para el acceso a los mejores espacios y la aplicación de sanciones acordadas colectivamente para quienes incumplen las normas. De esta manera, el mercado se convierte en un espacio donde se ejercita la gobernanza local, en línea con lo señalado por Vázquez Barquero (2007, p. 67), para quien el desarrollo territorial requiere de la “movilización y participación de los actores locales”.

La organización del mercado público de Larráinzar combina la regulación formal de las autoridades municipales con mecanismos tradicionales de cooperación comunitaria. Esta forma híbrida de gestión no solo garantiza el funcionamiento del espacio económico, sino que también fortalece la cohesión social y cultural del municipio.

## 5. PRINCIPALES PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZAN EN EL MERCADO

El mercado público de Larráinzar es el principal espacio de intercambio de bienes agroalimentarios y artesanales en el municipio. Los productos que se comercializan reflejan la base agrícola y cultural del territorio, así como la estrecha relación entre productores campesinos y consumidores locales.

Los principales productos de origen local que llegan al mercado son los cultivos básicos de autoconsumo: maíz, frijol y calabaza. A estos se suman hortalizas como papa, chayote y chile, además de frutas de temporada (durazno, manzana y aguacate). Otro producto de gran importancia es el café, destinado tanto al consumo local como a la venta en pequeña escala.

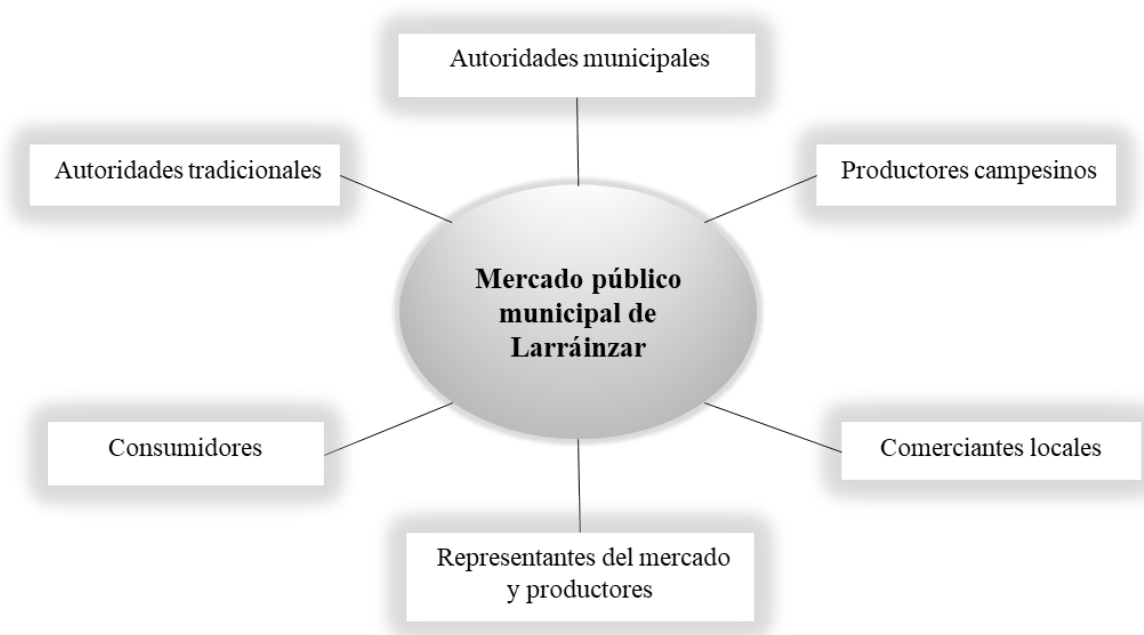
Junto con los alimentos frescos, el mercado también ofrece productos de origen animal, principalmente aves de corral, huevos y en menor medida carne de cerdo y res. Además, se comercializan artesanías textiles elaboradas por mujeres tsotsiles, que representan un ingreso adicional para las familias.

La diversidad de mercancías se amplía con productos provenientes de municipios vecinos, lo que convierte al mercado en un espacio de intercambio regional. Entre estos destacan frutas tropicales, especias y mercancías industrializadas, que complementan la dieta y el consumo de la población local.

## 6. ACTORES SOCIALES EN EL FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO PÚBLICO MUNICIPAL

El mercado público municipal de Larráinzar, al igual que en otros territorios rurales, no solo representa un espacio de intercambio económico, sino también un escenario de interacción social donde confluyen diversos actores que garantizan su funcionamiento cotidiano. La participación de estos actores refleja la interdependencia entre economía, cultura y organización social, mostrando cómo el mercado se convierte en un elemento central del desarrollo territorial. Entre los actores sociales destacan los que se presentan en la Figura 1.

**Figura 1.** Actores que participan en las actividades del mercado de Larráinzar, Chiapas



Fuente: elaboración propia con información de trabajo de campo (2022-2024).

- **Productores campesinos:** son actores principales, pues aportan la base productiva del mercado mediante la venta directa de sus excedentes agrícolas y pecuarios. Generalmente, recurren a la mano de obra familiar en la producción y participan activamente en el tianguis semanal para colocar sus productos frescos. Su presencia asegura el abasto de alimentos básicos y, al mismo tiempo, fortalece los circuitos cortos de comercialización, que permiten reducir intermediarios, mejorar los ingresos familiares y mantener en cierta medida la soberanía alimentaria de la región. En este sentido, los productores campesinos no solo dinamizan la economía local, sino que también preservan prácticas agrícolas tradicionales y formas de organización comunitaria.
- **Comerciantes locales:** junto con los productores, los comerciantes desempeñan un papel complementario al diversificar la oferta de bienes en el mercado.

Muchos de ellos adquieren productos en centros urbanos o en otras localidades para revenderlos en Larráinzar, lo cual amplía la disponibilidad de mercancías y responde a la creciente demanda de la población. No obstante, su participación introduce también dinámicas de competencia, que en ocasiones generan tensiones con los productores locales. Aun así, estos comerciantes cumplen una función relevante al garantizar la presencia de productos que no se producen en la región, conectando a Larráinzar con circuitos económicos más amplios.

- **Consumidores:** son el motor del mercado, pues su demanda orienta la oferta y mantiene en movimiento el ciclo comercial. La mayoría son habitantes de la cabecera municipal de Larráinzar, aunque también participan consumidores de comunidades vecinas que acuden especialmente en el día de tianguis. Su rol es relevante en los circuitos cortos de comer-

cialización, ya que al comprar directamente a los productores fortalecen los vínculos de confianza, dinamizan las economías familiares campesinas y reafirman los espacios de intercambio comunitario. En este proceso, los consumidores no solo adquieren productos, sino que también participan en la reproducción de prácticas culturales y alimentarias propias de la región.

- **Autoridades municipales:** las autoridades locales cumplen una función reguladora y organizativa en el mercado. Su responsabilidad abarca la gestión de los espacios de venta, el control de horarios y el cobro de cuotas por derecho de piso. Además, son las encargadas de atender inconformidades, coordinar obras de infraestructura y mantener el orden dentro y fuera del mercado. Su papel es decisivo, ya que de sus disposiciones depende la funcionalidad del mercado y, en gran medida, la convivencia entre los actores sociales que lo integran.
- **Autoridades tradicionales:** estas autoridades se encargan de orientar, organizar y supervisar las actividades del mercado. Su autoridad se basa en el respeto a las normas comunitarias y costumbres locales que ayudan a la convivencia armónica entre los distintos actores sociales. Actúan como intermediarias en la resolución de conflictos y canalizan las necesidades o demandas ante las instancias municipales. Su participación no solo asegura el buen funcionamiento del mercado, sino que también preserva la identidad cultural y la autonomía comunitaria.
- **Representantes de comerciantes y productores:** estos actores participan como mediadores entre los vendedores y las autoridades municipales. Son elegidos en asambleas y tienen la tarea de velar por los intereses de sus representados, organizar la distribución de los espacios de venta y participar en la resolución de conflictos. Su labor es central para mantener la cohesión interna del mercado, ya que actúan como puente de negociación y favorecen procesos colectivos de organización, donde el consenso y la asamblea son de importancia central.

El mercado funciona como un punto de encuentro entre la producción local y las necesidades de consumo de la población. La repetición semanal de estas transacciones, especialmente los días de tianguis, consolida prácticas de reconocimiento y reciprocidad entre los actores.

En conjunto, la interacción de productores, comerciantes, consumidores, autoridades y representantes hace del mercado público municipal un espacio socialmente construido, donde las relaciones económicas se entrelazan con prácticas culturales, formas de organización comunitaria y dinámicas territoriales. Por ello, el mercado no debe concebirse únicamente como un lugar de compraventa, sino como un nodo de articulación social y territorial, en el que se ponen en juego la identidad, la cohesión comunitaria y la sostenibilidad del desarrollo local.

## 7. EL MERCADO PÚBLICO COMO NODO ARTICULADOR DE CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN

El mercado público de Larráinzar representa el principal espacio de encuentro entre productores campesinos y consumidores locales, configurándose como el nodo central donde se dinamizan los circuitos cortos de comercialización (CCC) tanto a escala municipal como regional. A través de este espacio, la producción agropecuaria de la región encuentra una salida directa hacia la población consumidora.

En el mercado público de Larráinzar se identifican dos tipos de circuitos cortos de comercialización, definidos principalmente por la distancia recorrida por los productores para llegar a la cabecera municipal: los circuitos locales y los circuitos regionales.

Los circuitos cortos locales se conforman por productores de comunidades cercanas a la cabecera municipal. Su proximidad geográfica reduce los costos de transporte y permite a los campesinos trasladarse en muy poco



tiempo (menos de una hora), lo que evita la participación de intermediarios y asegura precios accesibles tanto para productores como para consumidores. En este esquema, la transacción es directa, lo que favorece la confianza mutua y el acceso a productos frescos.

Las comunidades que abastecen el mercado en esta modalidad incluyen Muctahuitz, K'ante-el, El Carmen, Tivo, Pocoltón, T'suts'ben, La Laguna, Talonhuitz y Chalotoj. La oferta se compone principalmente de productos agroalimentarios básicos de la dieta local, como maíz, frijol, calabaza, hortalizas, hierbas tradicionales y animales de traspatio, que provienen directamente de sistemas de producción familiar y campesina, caracterizados por su diversidad, estacionalidad y bajo uso de insumos industriales, reforzando la conexión entre producción campesina y hábitos alimentarios regionales.

Mientras que, los circuitos regionales implican trayectos un poco más largos y participan productores provenientes de municipios vecinos como Chamula, Aldama, Chenalhó y Santiago el Pinar. Estos actores se trasladan en transporte colectivo, con recorridos que oscilan entre una y dos horas. La presencia de productores regionales amplía la oferta de alimentos en el mercado público y transforma a Larráinzar en un espacio de articulación regional, donde confluyen distintas comunidades que intercambian excedentes agrícolas y productos frescos de temporada.

Entre los productos más recurrentes se encuentran:

- Granos básicos: maíz, frijol en sus diferentes variedades (negro, rojo, botil, pinto).
- Hortalizas y verduras: repollo, coliflor, brócoli, lechuga, acelga, cilantro, perejil, yerbamora, nabo, rabanito, chícharo y haba.
- Tubérculos y raíces: papa, camote, nabo, flor de nabo.

- Frutales: aguacate (criollo e injerto), durazno, manzana criolla, tomate de árbol, frambuesa, zarzamora y fresa.
- Otros cultivos de importancia local: calabaza, chayote, chilacayote y café.

Además de los alimentos básicos, se identifican otros productos que cumplen funciones medicinales, ornamentales y de consumo complementario:

- Plantas medicinales: manzanilla, romero, tomillo, laurel, orégano, ruda, comilla, telajarillo (chuchelal nichim), zacate de limón.
- Flores: utilizadas con fines ornamentales y rituales.
- Otros: flor de frijol, flor de calabaza y elote tierno.

Aunque los circuitos locales y regionales son predominantes, el mercado también recibe productos agroalimentarios que recorren distancias mayores, como naranja, plátano, mango, guayaba o uva, provenientes de otras regiones de Chiapas e incluso de otros estados del país. Estos productos diversifican la oferta, pero poseen menor vínculo territorial y cultural con la población local.

Los circuitos cortos de comercialización en Larráinzar no se limitan a la transacción económica, sino que establecen espacios de confianza, identidad y cohesión social. La proximidad entre productores y consumidores, que en su mayoría comparten lengua e identidad tsotsil, fortalece vínculos comunitarios y da lugar a prácticas de reciprocidad como el trueque, enmarcadas en una lógica de economía moral.

El mercado también preserva prácticas agrícolas y culinarias tradicionales. La milpa, el uso de semillas nativas, la nixtamalización del maíz, la producción de tostadas y la elaboración de tamales son ejemplos de saberes locales que se transmiten de manera intergeneracional. En este proceso, las mujeres desempeñan

un papel central como portadoras de conocimientos alimentarios y responsables de la transformación de los productos, contribuyendo así a la soberanía alimentaria.

En Larráinzar los CCC se sostienen mediante mecanismos de articulación que integran dimensiones territoriales, culturales, organizativas y económicas. El primer mecanismo es la **proximidad**, que garantiza frescura y disponibilidad inmediata de los alimentos. Renting; Marsden y Banks (2003) señalan que esta cercanía no es únicamente geográfica, sino también cultural, ya que los intercambios se sustentan en la identidad compartida y en prácticas comunitarias. El segundo mecanismo es la **organización local**: la asamblea comunitaria regula la asignación de espacios, resuelve conflictos y acuerda reglas colectivas, constituyendo la base de la autogestión del mercado. Como explican Arocena y Marsiglia (2017, p. 144), este tipo de organización responde a una lógica de construcción de “una sociedad más equitativa y un territorio más adecuado a las necesidades humanas”. Finalmente, la **complementariedad regional** amplía la oferta, ya que los productores locales abastecen el mercado con granos básicos y hortalizas, mientras que comerciantes introducen mercancías provenientes de municipios vecinos.

El mercado público de Larráinzar no solo cumple la función de concentrar y distribuir productos agroalimentarios, sino que se convierte en un espacio estratégico donde se tejen relaciones sociales, culturales y económicas que sostienen la vida comunitaria. Su papel como articulador de circuitos cortos de comercialización garantiza la continuidad de la producción campesina al ofrecer un canal directo hacia los consumidores. Con ello, no solo se fortalece la soberanía alimentaria, sino que también se resguardan y valoran los sistemas productivos locales, asegurando su permanencia en el territorio.

Los circuitos cortos, al reducir intermediarios y tiempos de traslado, no solo garantizan precios accesibles y productos frescos, sino que también preservan vín-

culos de confianza basados en la cercanía territorial y cultural. En este sentido, el mercado es también un espacio de encuentro donde la identidad tsotsil se mantiene viva a través de prácticas agrícolas, culinarias y de reciprocidad.

Además, la articulación entre lo local y lo regional proyecta al mercado como un nodo que integra territorios diversos, asegurando complementariedad en la oferta alimentaria y generando interdependencias solidarias entre comunidades. De esta manera, los circuitos cortos no solo dinamizan la economía campesina, sino que también sostienen la vida comunitaria y reafirman el papel del territorio como base de las relaciones sociales y culturales que estructuran la región.

## 8. RETOS Y LIMITACIONES DEL MERCADO PÚBLICO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Cómo ya se ha mencionado, el mercado público de Larráinzar es un espacio importante para el desarrollo de los circuitos cortos de comercialización (CCC), pues posibilita la interacción directa entre quienes producen y quienes consumen, aporta dinamismo a la economía local y contribuye a preservar prácticas alimentarias con arraigo cultural. Sin embargo, su permanencia y fortalecimiento como una opción real de desarrollo territorial se ven limitados por una serie de problemas estructurales y organizativos que ponen en cuestión su sostenibilidad en el tiempo.

Un primer problema se presenta en la precariedad de la infraestructura física y logística. Los espacios disponibles resultan insuficientes y carecen de condiciones adecuadas de higiene, almacenamiento y resguardo frente a las inclemencias climáticas. En los días de tianguis, la saturación obliga a numerosos vendedores, en su mayoría mujeres, a instalarse en la

vía pública, expuestos al sol, la lluvia o el polvo. Esta situación no solo afecta la seguridad y comodidad de los participantes, sino que también compromete la calidad de los productos. A ello se suma la limitada accesibilidad del mercado para productores de comunidades apartadas, quienes enfrentan altos costos de transporte, caminos en mal estado y falta de servicios de traslado colectivo. Estas deficiencias estructurales dificultan la planificación y restringen las oportunidades de crecimiento del mercado.

Otro obstáculo relevante es la presencia de intermediarios que adquieren productos locales en volumen para revenderlos. Aunque los CCC se fundamentan en la reducción de intermediaciones, esta práctica encarece los precios, afecta la confianza entre productores y consumidores, y debilita la lógica de proximidad que caracteriza a estos circuitos.

Las vulnerabilidades sociales y económicas de los productores locales representan, asimismo, un reto relevante. La mayoría depende de pequeñas parcelas, trabaja con recursos limitados y destina gran parte de su producción al autoconsumo, lo que reduce la oferta disponible para la venta. Su acceso a crédito, tecnología y programas de apoyo es escaso, y las mujeres enfrentan además desigualdades de género que limitan su autonomía productiva y comercial. Estas condiciones precarizan la actividad, desalientan la continuidad de las prácticas agrícolas y refuerzan procesos de migración, sobre todo entre la población joven, debilitando el relevo generacional y la innovación.

En el ámbito organizativo, persisten tensiones en torno a la distribución de espacios, el pago de cuotas y el acceso de comerciantes externos. Si bien las asambleas comunitarias han sostenido la operación del mercado, lograr una articulación efectiva entre actores con intereses diversos continúa siendo un desafío para la gobernanza local.

Además, el mercado enfrenta la competencia creciente de productos foráneos e industrializados, que llegan

con precios más bajos, presentaciones estandarizadas y mayor durabilidad. Estos bienes resultan atractivos para los consumidores, en particular para los jóvenes, lo que debilita la preferencia por los alimentos locales y debilita las prácticas alimentarias tradicionales.

En conjunto, estas limitaciones revelan que la sostenibilidad de los circuitos cortos no depende únicamente de la voluntad de los productores o de la organización comunitaria, sino también de factores estructurales más amplios. La falta de infraestructura, las desigualdades sociales y de género, las tensiones organizativas y la competencia externa conforman un escenario complejo que pone en riesgo la viabilidad del mercado como espacio de intercambio justo y culturalmente significativo. Frente a este panorama, se hace necesario fortalecer la inversión pública en infraestructura, generar políticas diferenciadas de apoyo a pequeños productores, promover la organización comunitaria y revalorizar el consumo de productos locales. Solo a través de estas acciones integrales será posible consolidar al mercado público de Larráinzar como un motor de desarrollo territorial sostenible y de soberanía alimentaria.

## CONCLUSIÓN

El mercado público de San Andrés Larráinzar funciona como un nodo importante para la articulación de circuitos cortos de comercialización (CCC), porque posibilita la interacción directa entre productores y consumidores, genera dinámicas económicas de proximidad y contribuye a la preservación de prácticas alimentarias locales que forman parte del patrimonio cultural de la región. Este espacio no solo cumple una función económica, sino que se convierte en un lugar de encuentro social y comunitario donde se negocian identidades, relaciones de confianza y formas de cooperación que fortalecen el tejido social.

Sin embargo, la potencialidad del mercado como motor de desarrollo territorial enfrenta limitaciones significativas. Las carencias de infraestructura, la pre-

sencia de intermediarios, las desigualdades sociales y de género, así como la competencia con productos foráneos, evidencian tensiones entre los distintos actores involucrados. Para los productores campesinos, el mercado representa una oportunidad de acceso a ingresos monetarios, aunque en muchos casos sus excedentes son reducidos y variables, lo cual restringe su participación. Para los consumidores, en cambio, el mercado es un espacio que ofrece alimentos frescos y de cercanía, pero cuya competitividad se ve mermada frente a opciones más baratas o estandarizadas. Estas tensiones configuran un escenario complejo en el que la lógica comunitaria y de proximidad convive con dinámicas de mercado más amplias y desiguales.

En términos territoriales, el impacto del mercado público trasciende la mera dimensión comercial: se vincula directamente con procesos de arraigo, identidad y reproducción cultural. La permanencia de los circuitos cortos refuerza el papel de la agricultura campesina como base de la vida comunitaria, al tiempo que visibiliza la necesidad de políticas públicas que reconozcan y fortalezcan las capacidades locales. No obstante, la migración juvenil, la pobreza estructural y la falta de inversión institucional en infraestructura limitan la capacidad de renovación y transformación de este espacio.

De este modo, el mercado público de Larráinzar refleja tanto las posibilidades como las contradicciones de los circuitos cortos en territorios rurales e indígenas. Si bien constituye un ámbito estratégico para la construcción de economías más justas y sostenibles, su consolidación requiere no solo del esfuerzo comunitario, sino también de una articulación más amplia entre actores sociales, instituciones y políticas públicas. Solo en esa interacción será posible garantizar que este mercado trascienda las limitaciones actuales y se consolide como un verdadero eje de desarrollo territorial y de fortalecimiento de la soberanía alimentaria local.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**Aguilar, E.; Díaz, M. y Viqueira, J.** (2010). Los otros acuerdos de San Andrés Larráinzar (1959-2005). En Juan Pedro Viqueira y Marco Estrada Saavedra (editores). Los indígenas de Chiapas y la rebelión zapatista. Microhistorias políticas. Pp. 331-417. El Colegio de México. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/304014026\\_Los\\_otros\\_acuerdos\\_de\\_San\\_Andres\\_Larrainzar\\_1959-2005](https://www.researchgate.net/publication/304014026_Los_otros_acuerdos_de_San_Andres_Larrainzar_1959-2005).

**Albuquerque, F. y Pérez, S.** (2012). El desarrollo territorial: enfoque, contenido y políticas. Mesa de Programas 2012, Programa Conecta DEL.

**Albuquerque, F. y Pérez, S.** (2013). *El desarrollo territorial: enfoque, contenido y políticas*. Recuperado de: <https://revista.cigob.net/4-mayo-2013/articulos/el-desarrollo-territorial-enfoque-contenido-y-politicas/>

**Arocena, J.** (1995). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*. Montevideo, Uruguay; Caracas, Venezuela, Clae y Nueva Sociedad.

**Arocena, J. y Marsiglia, J.** (2017). *La escena territorial del desarrollo. Actores, relatos y políticas*. Pp. 139-218. Taurus, Universidad Católica.

**Begiristain, M.** (2018). Comercialización agroecológica: un sistema de indicadores para transitar hacia la soberanía alimentaria. *Hegoa, Cuadernos de Trabajo*, 75. Recuperado de: [https://publicaciones.hegoa.ehu.es/uploads/pdfs/367/Lan\\_koadernoa\\_75.pdf](https://publicaciones.hegoa.ehu.es/uploads/pdfs/367/Lan_koadernoa_75.pdf).

**Boisier, S.** (2001). Desarrollo (local): ¿de qué estamos hablando? En A. Vázquez Barquero y O. Madoery (eds.) (2001). *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*. Pp. 48-74. Rosario, Argentina, Homo Sapiens.

**Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH)** (2018). Levantamiento armado del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Recuperado de: <https://www.cndh.org.mx/noticia/levantamiento-armado-del-ejercito-zapatista-de-liberacion-nacional-ezln>.

**Coraggio, J.** (2003). El papel de la teoría en la promoción del desarrollo local. En J. L. Coraggio. *La gente o el capital. desarrollo local y economía del trabajo*. Quito, Ecuador: Ciudad, Fronesis, EED-Ildis y Abya-Yala.

**DataMéxico** (2025). Larráinzar. Municipio de Chiapas. Recuperado de: <https://www.economia.gob.mx/data-mexico/es/profile/geo/larrainzar>.

**Devia, M. y Sánchez, X.** (2021). Territorio y cultura. Una mirada para el desarrollo territorial rural. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(46).

**Enríquez, F.** (2019). Prefacio. En G. R. Valarezo (coord.). *Territorio, identidad e interculturalidad*. Recuperado de: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57514.pdf>.

**FAO** (2016). Circuitos cortos de comercialización: una mirada desde el enfoque territorial. Recuperado de: <http://www.fao.org/in-action/territorios-inteligentes/articulos/colaboraciones/detalle/es/c/410218/>.

**García, F.; Guastavino, M., Agüero, M. y Alcoba, L.** (2017). *Sistematización de experiencias de desarrollo territorial: tramos sociales, gestión institucional y comunicación en los territorios*. INTA.

**García, J.; Camacho, G. y Muñoz, M.** (2016). Los mercados municipales de Tepic, símbolo de identidad y cultura, para el desarrollo de un turismo urbano y rural. *Kikame el que viaja, Revista digital de divulgación e investigación turística*. Recuperado de: <https://core.ac.uk/reader/268579604>

**Giglia, A.** (2018). *Comercio, consumo y cultura en los mercados públicos de la Ciudad de México*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.

**Giménez, G.** (1996). *Territorio y cultura*. Colima, México: Universidad de Colima.

**Gómez, J.** (2022). Mercados públicos y circuitos cortos de comercialización de los pequeños productores de Larráinzar, Chiapas. Tesis de maestría. Unach.

**Gómez, J.** (2016). Los mercados públicos del municipio de Larráinzar Chiapas del periodo 2010-2014. Tesis de Licenciatura en Economía. Unach.

**INAH Chiapas** (2021). Publicación de INAH Chiapas. Recuperado de: <https://www.facebook.com/100064249227073/posts/sab%C3%ADas-que-el-templo-de-san-andr%C3%A9s-ap%C3%B3stol-en-el-municipio-san-andr%C3%A9s-larr%C3%A1nzar-/4178547712192225/>.

**Inegi** (2010). Compendio de información geográfica municipal 2010. Larráinzar, Chiapas. Recuperado de: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexico-cifras/datos\\_geograficos/07/07049.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexico-cifras/datos_geograficos/07/07049.pdf).

**Inegi** (2020). Censo de Población y Vivienda 2020. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#Microdatos>.

**Le Bot, Y.** (2023). *El sueño zapatista: Subcomandante Marcos*. Recuperado de: <https://www.iberopuebla.mx/sites/default/files/2023-07/Le%20Bot-El%20sue%C3%B1o%20Zapatista.pdf>.

**Llanos-Hernández, L.** (2010). El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales*. Recuperado de: [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-54722010000300001](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722010000300001).



**Marsden, T.; Banks, J. y Bristow, G.** (2000). Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424-438. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>.

**Martínez, A. y Baca, É.** (2020). Los circuitos alternativos de comercialización en el Ecuador: política para el acceso a mercados de la agricultura familiar campesina. *Cambio climático, biodiversidad y sistemas agroalimentarios*.

**Núñez, K.** (2024). El EZLN a 30 años de insurrección. Recuperado de: [https://www.dgip.unach.mx/publicaciones-cientificas/images/documentos/El\\_EZLN\\_a\\_30\\_anos\\_de\\_su\\_insurreccion-CC%83os\\_de\\_su\\_insurreccion-DIGITAL.pdf](https://www.dgip.unach.mx/publicaciones-cientificas/images/documentos/El_EZLN_a_30_anos_de_su_insurreccion-CC%83os_de_su_insurreccion-DIGITAL.pdf).

**Raffestin, C.** (2011). ¿Qué es el territorio? En C. Raffestin. *Por una geografía del poder*. Pp. 101-112. México: El Colegio de Michoacán.

**Renting, H.; Marsden, T. y Banks, J.** (2003). Understanding alternative food networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A*, 35(3), 393-411. DOI: <https://doi.org/10.1068/a3510>.

**Rodríguez, A.** (2015). Dinámicas sectoriales y desarrollo territorial en economías locales interiores: el caso de Rivera en Uruguay. *Economía, Sociedad y Territorio*, XV(47), 217-250.

**Sámano, M.; Durand, C. y Gómez, G.** (2001). *Los acuerdos de San Andrés Larraínza en el contexto de la declaración de los derechos de los pueblos americanos*. Recuperado de: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/1/1/12.pdf>.

**Schejtman, A. y Berdegue, J.** (2004). Desarrollo territorial rural. Documento de trabajo. Rimisp - Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. Recuperado de: [https://www.rimisp.org/wp-content/files\\_mf/1363093392schejtman\\_y\\_berdegue2004\\_desarrollo\\_territorial\\_rural\\_5\\_rimisp\\_Cardumen.pdf](https://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1363093392schejtman_y_berdegue2004_desarrollo_territorial_rural_5_rimisp_Cardumen.pdf).  
**Vázquez, A.** (2007). *Perspectivas teóricas en desarrollo local*. La Coruña, España: Netbiblo.



UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA  
METROPOLITANA  
*del Estado de Chile*



EDICIONES UNIVERSIDAD  
TECNOLÓGICA METROPOLITANA

ISSN (EN LÍNEA) 0719-0891  
ISSN-L: 0718-3933