



Revista Austral de Ciencias Sociales

ISSN: 0717-3202

ISSN: 0718-1795

revistaustral@uach.cl

Universidad Austral de Chile

Chile

Torres-Salcido, Gerardo

Certificación participativa y mercados alternativos. Estudio de caso de la Ciudad de México *

Revista Austral de Ciencias Sociales, núm. 42, 2022, pp. 311-329

Universidad Austral de Chile

Valdivia, Chile

DOI: <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2022.n42-17>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=45972422018>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Certificación participativa y mercados alternativos. Estudio de caso de la Ciudad de México*

Participatory Certification and Alternative Markets. A Case Study of Mexico City

GERARDO TORRES-SALCIDO**

Resumen

El enfoque de los Sistemas Agroalimentarios Localizados (Sial) ha prestado poca atención a las Certificaciones Participativas (CP), como producto de las relaciones de confianza y solidaridad entre productores y consumidores en los mercados alternativos, los que han adquirido relevancia a la luz de la Pandemia de COVID-19. Las preguntas de investigación son si esos mercados y las CP son una expresión del reconocimiento del consumidor sobre la calidad y el origen de los productos de la agrobiodiversidad proveniente de los agroecosistemas tradicionales; y si constituyen atisbos de un patrón alimentario emergente. Para responderlas, se llevó a cabo una investigación en tres etapas en la Ciudad de México con técnicas mixtas cualitativas. Los resultados muestran una emergencia de esos mercados, pero también una diferenciación, tanto de las formas de distribución como de las opiniones sobre las CP derivadas de las dificultades y oportunidades que presentan estas formas de comercialización.

Palabras clave: Gobernanza, Sial, Certificación Participativa; Mercados Alternativos; Ciudad de México

Abstract

The Localized Agri-Food Systems (Sial, in Spanish) approach has paid little attention to Participatory Certifications (PC) as a result of relationships of trust and solidarity between producers and consumers into the alternative markets, which have acquired relevance in light of the COVID-19 pandemic. This article asks if

* Realizado en el marco de los proyectos: "Valoración de la agrobiodiversidad en los agroecosistemas tradicionales y sus vínculos con el mercado" UNAM; e "Innovaciones socioambientales para fortalecer los sistemas agroalimentarios desde las instituciones docentes y de investigación. Redes alimentarias alternativas y Sustentabilidad en la Ciudad de México" Secretaría de Educación, Ciencia, Tecnología e Innovación de la Ciudad de México (SECTEI). Se agradece la colaboración de Anahí Campos Tenango, Priscilla Martínez Duarte y Liliana Deyanira González.

** UNAM-CIALC. Correo electrónico: tsalcido@unam.mx, ORCID 0000-0002-0482-8847

these markets and the CPs are an expression of consumer recognition of the quality and origin of agrobiodiversity products from traditional agri-food systems; and if the alternative markets are a sign of a new food paradigm. To answer these questions, a three-stage investigation was carried out in Mexico City with qualitative mixed techniques. The results show that there is an emergence of these markets, but also a differentiation, both in the forms of distribution and in the opinions about the PC derived from the difficulties and opportunities of these forms of marketing.

Keywords: Governance, Lafs, Participatory Certification; Alternative Markets, Mexico City

1. Introducción

El enfoque de los Sistemas Agroalimentarios Localizados (Sial) ha subrayado la importancia de la acción colectiva para la certificación del origen y la calidad de los alimentos (Fournier 2008; Muchnik 2006). Entre las formas de certificación, dicho enfoque ha estudiado ampliamente las Denominaciones de Origen (DO) y las Indicaciones Geográficas (IG), que responden a lazos e instituciones de confianza entre productores y consumidores (Fernández-Zarza et al. 2021), que apelan a la protección del Estado para defender la autenticidad de los productos y acceder así, a los mercados locales, nacionales e internacionales (Bonnano, Sekine & Feuer 2020; Martínez 2018; Wilkinson et al. 2017), con la garantía de un tercer agente certificador.

Mancini (2013) hace notar, sin embargo, que tanto las DO como las IG pueden generar condiciones de exclusión derivadas de la integración asimétrica de los actores. Es por ello

que la Certificación Participativa (en adelante CP) es una alternativa para los campesinos que conservan los agroecosistemas tradicionales y la agrobiodiversidad¹, para comercializar sus excedentes en el mercado local (Boza 2013). Por su parte, Reyes et al. (2020) consideran que la CP es un mecanismo adecuado para reconocer la calidad de los alimentos mediante la cooperación de los actores locales.

El origen de la calificación participativa de los alimentos se encuentra en las acciones colaborativas de apoyo a la agricultura, que surgieron en el seno de las asociaciones conocidas como Teikei (Parker 2005), en Japón, y que se generalizaron rápidamente en Europa, los Estados Unidos de América (EUA) y Canadá (Torres-Salcedo, Campos y Martínez 2021). En América Latina, surgieron en los años 90 del siglo pasado como producto de los movimientos sociales en favor de la agroecología con la *Rede Ecovida* en Brasil (Radomsky, Niederle & Schneider 2014). En México, este movimiento se inició con la formación de colectivos de producción y consumo responsable en el estado de Jalisco, a lo cual le siguió la instalación del *Tianguis² Orgánico Chapingo*, lo que dio lugar al nacimiento de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos (Roldán et al. 2016 ; Schwentesius 2009; Gómez 2006).

¹ La agrobiodiversidad es producto de la intersección biológica y cultural que se construye a partir de los alimentos, fibras y medicinas de origen natural y la manera como los producimos. Incluye las especies recolectadas, cultivadas y domesticadas para la alimentación y otros usos. Gobierno de México, CONABIO. “Agrobiodiversidad”. *Biodiversidad mexicana*. Mastretta, A., Lozada, M. y Acevedo, F (Eds). <https://www.biodiversidad.gob.mx/diversidad/que-es/agrobiodiversidad>, consultado en mayo de 2021. Los agroecosistemas tradicionales en los cuales se ha conservado la agrobiodiversidad son los solares, huertos, las milpas y otros sistemas policultivo.

² Según el *Gran Diccionario Náhuatl* la palabra tianguis proviene de la voz náhuatl *tiankis* o *tanquíz* que significa mercado o plaza (UNAM 2012).

Con el crecimiento de la producción orgánica y su importancia para el país, en 2006 se expidió la Primera Ley de Productos Orgánicos, (LPO). Gracias a la movilización de los pequeños productores y consumidores de los mercados y tianguis orgánicos, que se incluyó la CP, bajo la forma de Sistema Participativo de Garantía (SPG), en el artículo 24 de la mencionada Ley. Este reconocimiento se reforzó con la expedición de las reglamentaciones correspondientes, expedidas en 2006 y 2010³. El primero en certificarse, de acuerdo con la Ley, fue el Mercado de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin, del estado de San Luis Potosí, en el norte-centro del país. Posteriormente, se convirtieron en organismos certificadores el Tianguis Orgánico Chapingo, y en la CDMX, el Mercado el 100⁴ (Rosina et al. 2018). En la actualidad, los mercados alternativos se han multiplicado por la resiliencia que han mostrado para afrontar la Pandemia de la COVID-19 (Fei, Ni & Santini 2020; Abiral y Atalan-Helicke, 2020).

Siendo la base de las CP, los mercados alternativos han sido denominados de muchas maneras: “Cadenas Cortas de Abasto de Alimentos” (Short Food Supply Chains, SFSC), Circuitos Cortos Agroalimentarios (CCA), Sistemas Agroalimentarios Localizados, (Sial), (Requier-Desjardins y Torres 2020); Redes Alimentarias Alternativas o Redes Cívicas Alimentarias (Fonte y Quiet 2018; Ranaboldo y Arosto 2016; Renting, Schermer & Rossi 2012; Deverre y Lamine 2010; Renting, Marsden &

Banks 2003; Marsden, Banks & Bristow 2000). La diversidad conceptual que envuelve a los mercados alternativos ha dado lugar a una gran cantidad de interpretaciones sobre el significado de su alteridad (Rosol 2020; García 2015). Sin embargo, parece existir un consenso sobre las características que los distinguen de otros canales de comercialización: en primer lugar, por la proximidad geográfica, organizacional y relacional entre productores y consumidores, con cero o mínima intermediación (Kebir y Torre 2014); en segundo lugar, por la sustentabilidad ambiental, social y económica (Belletti y Marescotti 2020; Jarzebowsk, Bourlakis & Bezat 2020; Chiffoleau 2019; Mancini et al. 2019; Escalona 2010); en tercer lugar, por las formas horizontales de construir la gobernanza territorial; y en cuarto lugar, por los intercambios solidarios (Mudrik, Cuatrín y Cardozo 2020; Sabourin 2018; Zárate 2017). En nuestro caso, utilizaremos indistintamente los términos CCA y mercados alternativos, porque en el contexto del debate teórico sobre los Sial, aquéllos incorporan procesos de producción, transformación y algunos servicios como la comercialización, el turismo o la venta de alimentos procesados vinculados a los territorios.

Para cumplir con los objetivos de este artículo, se sostiene que los elementos distintivos de los CCA y los mercados alternativos surgen de los agroecosistemas tradicionales, como una figura específica de los Sial en América Latina. Esto implica reconocer a estos últimos no sólo como una concentración de empresas vinculadas en redes de producción, transformación y servicios anclados territorialmente (Sanz y Muchnik 2016), sino como un entramado de relaciones entre los productores agroecológicos de pequeña escala y consumidores urbanos, que valoran la agrobiodiversidad, la confianza y los

³ Gobierno de México, Cámara de Diputados. 2010. *Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos*. México. http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5137625&fecha=01/04/2010

Véase también, Gobierno de México, Cámara de Diputados 2006. *Ley de Productos Orgánicos*. México <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LPO.pdf> consultado en noviembre de 2021.

⁴ Ana. Entrevista realizada el 11 de mayo de 2019.

intercambios solidarios (Deaconu et al. 2021; Argueta 2016).

En este sentido, este artículo parte de un supuesto inicial: los mercados alternativos son articuladores de la oferta de los agroecosistemas tradicionales existentes en espacios periurbanos y de la demanda de los consumidores que buscan alimentos frescos, de calidad y vinculados al origen. En este aspecto, vale la pena indagar si los lazos entre los actores de los mercados por medio de la CP (Cuéllar y Gaguza 2018), responden a la formación de un régimen alimentario emergente, distinto al modelo agroindustrial dominante. Es decir, si corresponden a una latencia (Bloch 2005) o a una epistemología de lo objetivamente posible (Zemelman 1997) que se puede expresar en ideales como la soberanía, justicia y ciudadanía alimentarias.

Para responder estas cuestiones, se llevó a cabo una investigación en siete mercados alternativos de la Ciudad de México (CDMX) y tres huertos urbanos entre los meses de mayo y octubre de 2019, que fue complementada con dos talleres con dinámicas de análisis grupal realizados a finales del mes de septiembre y principios de octubre de 2020 con un enfoque cualitativo e inductivo, construido a partir de la observación, la conversación y los análisis grupales, estos últimos por medios electrónicos, debido a las difíciles condiciones impuestas por la Pandemia de COVID-19.

En cuanto a la estructura de este artículo, adicionalmente a esta introducción, en una segunda parte se exponen los materiales y el método de la investigación; en la tercera, se presentan los resultados de las entrevistas y los talleres realizados; y en la última sección, se

aborda el debate y se presentan las conclusiones del estudio.

2. Materiales y métodos

2.1. Localización del área de estudio

La Ciudad de México se localiza en la Longitud 99°21'53.64" 98°56'25.08" Oeste, y Latitud 19°02'53.52" N 19°35'34.08" N. Cuenta con más de 9 millones de habitantes⁵ distribuidos en 16 alcaldías y tiene una extensión de 159,430 ha equivalentes a 1,594.3 Km². En su conjunto, las alcaldías del sur de la Ciudad: Xochimilco, Tláhuac, Milpa Alta y Tlalpan integran la mayor parte del área rural que comprende el 59% de la superficie total de la CDMX, la cual es un espacio para la conservación de la agrobiodiversidad. Las alcaldías de Xochimilco y Tláhuac se asientan en lo que queda de la zona lacustre de la Ciudad. En tanto que Milpa Alta y Tlalpan poseen extensas áreas dedicadas a la producción agrícola y forestal y cuyos productores han conservado las semillas nativas de maíz, calabazas, frijoles, amaranto y de muchos otros alimentos, dentro de los que se encuentran también algunas frutas originarias.

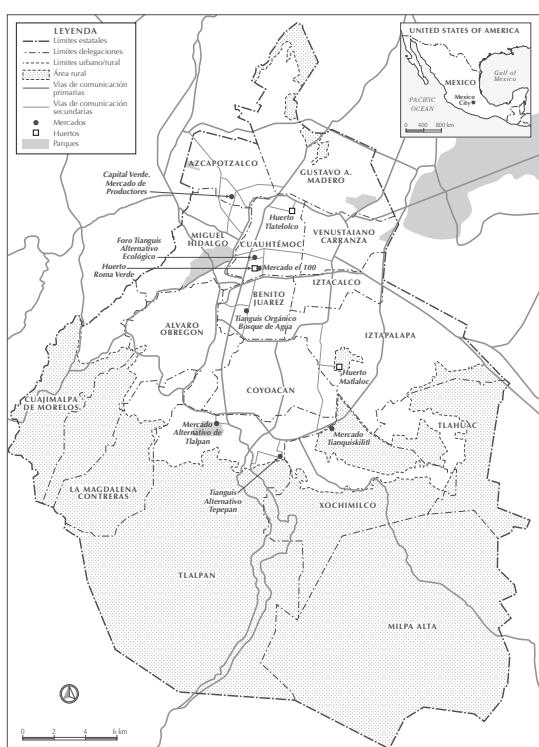
De acuerdo con el Sistema de Información Agropecuaria y Pesquera, de la Secretaría de Desarrollo Rural (SADER), en 2020 las cuatro alcaldías antes mencionadas tenían 13,987 ha sembradas y 13,926 ha cosechadas, lo que representa un 97% de la superficie sembrada y cosechada en las áreas rurales de la Ciudad⁶.

⁵ Gobierno de México, Instituto Nacional de Geografía y Estadística, INEGI. 2021. México en cifras. <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=0>, consultado en julio de 2021.

⁶ Gobierno de México, Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, SIAP. 2021. <https://www.gob.mx/siap/acciones-y>

Los productos agrícolas más comunes son los maíces nativos y nopal; las hortalizas, algunos frutos y el amaranto. Estos datos son importantes porque estas alcaldías son el sitio de residencia de la mayoría de los productores de frutas y hortalizas que concurren a los mercados alternativos (Pardo y Durand, 2018) independientemente de las relaciones que tienen con los huertos urbanos. En la figura siguiente se localizan los mercados y huertos en los que se llevó a cabo el estudio.

Figura 1. Localización de mercados alternativos y huertos urbanos. Ciudad de México



Fuente: elaboración propia

programas/produccion-agricola-33119, consultado en junio de 2021.

2.2. Método

El diseño de investigación adoptó un enfoque cualitativo (Fernández 2017). Esta metodología combina los supuestos teóricos con el carácter inductivo, pues trata de entender las características de los sujetos, sus formas de interacción y la construcción de lazos de confianza, lo que supone visibilizar las percepciones, emociones y creencias que influyen en la coordinación de los mercados alternativos y huertos con el objetivo de lograr un proceso de abstracción que permita la flexibilidad para reformular las hipótesis iniciales y confrontar las teorías. En ese sentido, este tipo de análisis trata de apegarse a los supuestos de la *Grounded Theory* (teoría aterrizada), sintetizados por Bryant y Charmaz (2011), pero también los matiza, pues tiene como punto de partida las investigaciones realizadas previamente.

La investigación se llevó a cabo tres etapas: la primera, entre abril y mayo de 2019, consistente en recorridos de observación y establecimiento de contactos en los mercados; la segunda, de junio a octubre del mismo año, meses en los cuales se levantaron entrevistas semiestructuradas con preguntas agrupadas en cuatro secciones: características socioeconómicas de los productores; el proceso productivo; la comercialización y por último, las percepciones entre los productores sobre la valoración y reconocimiento de su trabajo y de los productos propiamente de la agrobiodiversidad del sur de la CDMX. También se realizaron visitas a algunas productoras (3) y productores (3) en sus localidades para profundizar las entrevistas. Las visitas restantes se interrumpieron debido al cierre que impuso la Pandemia. La tercera y última fase, se realizó

en la última semana de septiembre y la primera del mes de octubre de 2020 con la realización de 2 talleres, bajo la técnica del grupo de discusión, en los que se plantearon 4 preguntas iniciales: 1) ¿Cuáles experiencias exitosas y no exitosas de comercialización pueden compartir?; 2) ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrentan en la distribución?; 3) ¿Qué tipo de relaciones tienen con las alcaldías y con el gobierno de la Ciudad de México?; y, 4) ¿Cuáles son las alianzas e innovaciones que ha desarrollado o pueden llevar a cabo para mejorar la distribución, de cara a la Pandemia y hacia el futuro? En estos talleres participaron 17 representantes de proyectos e iniciativas de distribución alternativa de alimentos: 6 de los 7 mercados alternativos seleccionados, un tianguis especializado en la comercialización de mezcal artesanal, 4 cooperativas; 6 colectivos y grupos pertenecientes a redes y asociaciones civiles. Todas las iniciativas existían previamente a la Pandemia, pero se dinamizaron y adquirieron mayor visibilidad en las redes alimentarias alternativas en el transcurso del año 2020. En las dinámicas de discusión colectiva, el investigador sólo actuó como un facilitador del debate.

Durante la primera fase de la investigación, se visitaron 10 mercados alternativos y 5 huertos urbanos, de los cuales se seleccionaron 7 mercados y 3 huertos. Los criterios de inclusión fueron: 1) que correspondieran a iniciativas colectivas o cívicas; o bien, que se autoadscribieran a formas alternativas de producción y distribución de alimentos agroecológicos, procedentes de la agricultura familiar, con cero o mínima intermediación; y 2) que contaran con mecanismos de certificación o supervisión participativos. Todo esto se verificó por medio de una revisión de sus páginas

Web, sus redes sociodigitales y visitas de los integrantes del equipo de investigación a cada mercado. El cuadro 1 resume las características de los mercados alternativos y los huertos urbanos seleccionados para este artículo.

Una vez que los mercados y huertos fueron ubicados se seleccionaron 17 entrevistas: 13 a productoras y productores; 3 a administradores de huertos urbanos y 1 a la administradora de un mercado. Las entrevistas correspondieron a 10 mujeres (59%) y a 7 hombres (41%). Los criterios para la selección de los productores fueron los siguientes: 1) que fuesen al mismo tiempo que comercializadores, productores de alimentos típicos de la agrobiodiversidad mexicana y 2) que permitieran la visita a sus predios. Los administradores de los huertos urbanos se seleccionaron con base en la experiencia y la continuidad de los proyectos. Finalmente, la administradora de uno de los mercados fue seleccionada porque es el único en la Ciudad de México que cuenta con el reconocimiento legal como SPG.

Con base en los resultados de las informaciones proporcionadas en las entrevistas, se elaboró un mapa jerárquico de productos de la agrobiodiversidad (figura 2). En él, destacan los maíces nativos y sus derivados como los productos con mayor presencia en la comercialización, aunque también se encuentran otros productos originarios.

Las limitaciones de este trabajo derivan, en primer lugar, de las condiciones que impuso la Pandemia de la COVID-19; y en segundo lugar, de los problemas de generalización a partir de un caso o de múltiples casos. En cuanto a la primera dificultad, si bien no fue posible realizar todas las visitas programadas a las parcelas de los

Tabla 1. Propósitos y objetivos de los mercados alternativos

Nombre	Misión	Visión
Mercado Alternativo de Tlalpan	Visibilizar el origen de los alimentos y las condiciones laborales de los productores.	Contribuir a la construcción de un modelo de desarrollo alternativo.
Mercado de Productores. Capital verde	Facilitar el acercamiento entre los productores y los consumidores.	Contribuir a la protección del suelo de conservación de la CDMX.
Mercado el 100	Promover la comercialización justa de los alimentos	Generar una relación sostenible entre el campo y la ciudad.
Mercado de las cosas verdes. Tianquiskilitl	Conservar la agrobiodiversidad del sistema chinampero*.	Conservar la agrobiodiversidad y la libre circulación de semillas nativas.
Tianguis Orgánico Bosque de Agua	Vincular a productores de alimentos orgánicos y consumidores responsables.	Promover la certificación autogestionaria.
Tianguis Alternativo Tepepan	Promover el contacto directo con los productores.	Facilitar la venta de productos de calidad
Foro Tianguis Alternativo Ecológico	Ofrecer al consumidor productos agroecológicos.	Ser una opción para los productores independientes
Huerto Tlatelolco	Contribuir al desarrollo de ciudades resilientes.	Construir modelos regenerativos, educativos y de vinculación social.
Huerto Matlaloc	Producir alimentos orgánicos, rescatar y conservar semillas nativas de hortalizas.	Producir y comercializar de manera sustentable hortalizas nativas.
Huerto Roma Verde	Emprender acciones que contribuyan al bienestar socioambiental.	Co-crear estrategias de resiliencia alimentaria.

* “La palabra chinampa, proviene del náhuatl *chinampán*, que significa ‘en la cerca de cañas’ “. Es un sistema artificial de cultivo en zonas lacustres y sirve para la producción de alimentos y flores <https://bit.ly/3znx sab>, consultado en diciembre de 2021.

Fuente: elaboración propia con base en la revisión de Páginas Web, Facebook, Instagram, Twiter, recorridos y entrevistas.

productores, dicha limitación fue compensada con los grupos de discusión por medio de plataformas electrónicas como Zoom y, en lo relativo al problema de la generalización, la coincidencia de algunos resultados alcanzados por otras investigaciones, así como la reflexión

metodológica sobre las categorías latentes y las perspectivas de futuro, ayudan a insertar el estudio de caso en un movimiento general de emergencia de los mercados alternativos, estableciendo la posibilidad de la replicabilidad del estudio.

3. Resultados

3.1. Características de los productores

La propiedad de la tierra es menor a 5 ha, en promedio. La producción es de temporal y sólo las tierras cercanas a lo que queda de la zona lacustre de la CDMX tienen acceso al agua tratada que fluye en los canales de los lagos del sur de la Ciudad. La propiedad puede tener las características de ser social (los productores como usufructuarios de tierras ejidales y comunales) o privada. Sólo dos de los productores entrevistados declararon poseer entre 10 y 20 ha en diversos tipos de propiedad y ambientes agroecológicos.

La edad media de los entrevistados es de 48 años, menor a la de los campesinos mexicanos, que supera los 57 años. 59% de las personas entrevistadas son mujeres y el 41% restante son hombres, y aunque se trata de impulsar el comercio de productos locales, el 42% provienen de las entidades vecinas a la CDMX: estado de México (37%) y Tlaxcala (5%) sin transgredir el límite de las 100 millas. En el cuadro 2 se presentan los valores descriptivos que ayudan a caracterizar a las actoras y actores del mercado. Los resultados que se muestran

aquí son coincidentes con otros estudios que se han llevado a cabo para caracterizar a los productores participantes en los mercados alternativos (Bustamante y Schwentesius 2018).

En promedio, tienen más de 17 años de experiencia en la producción y comercialización de alimentos agroecológicos, aunque hay quienes tienen entre 20 y 30 años participando en iniciativas de producción y comercialización alternativas. Otra característica, es que tienen familias pequeñas, con pocos hijos, o aún más, sin hijos, pero cuentan con la ayuda de integrantes de la familia en sentido amplio (madres o padres, sobrinos, primos, etcétera) en redes de trabajo solidario o por medio de remuneraciones simbólicas, aunque ocasionalmente recurren a la contratación de jornaleros.

3.2. Los productos de la agrobiodiversidad

Predomina la oferta de una gran variedad de maíces nativos y su transformación en productos que añaden valor agregado: tortillas, tostadas, tamales, maíz nixtamalizado para hacer tortillas y otros alimentos, bebidas y la elaboración *in situ* de otros productos, como los tacos y las quesadillas.

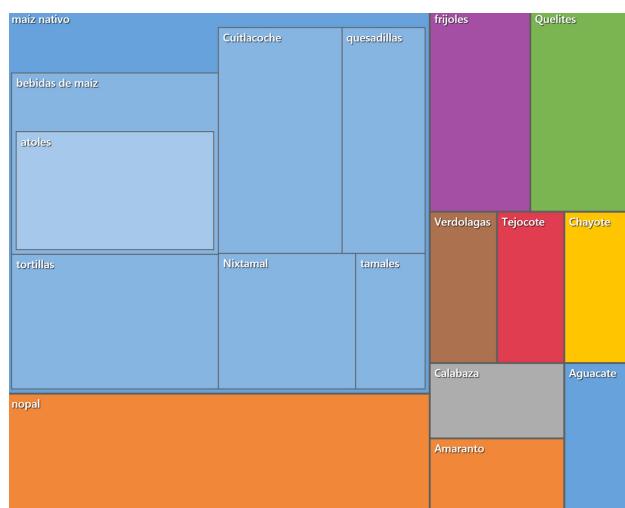
Tabla 2. Características de las y los productores

Valor	Edad	Años mercados alt.	Núm. de asociados	Autoconsumo %	Venta %
Máx.	64	30.0	14.0	60.0	90.0
Mín	32	6.0	1.0	10.0	40.0
Media	48	17.5	4.1	17.7	82.3

Fuente: elaboración propia con base a trabajo de campo.

También se ofrecen otros alimentos asociados con el sistema agroecológico tradicional de multicultivo, conocido como la milpa: frijoles, calabazas y hojas tiernas comestibles conocidas como quelites. Asimismo, se encuentran otros productos como los nopal, el amaranto, los aguacates y los frutos nativos, algunos propios del otoño, como los tejocotes. En la imagen siguiente, que representa un mapa jerárquico del comercio de la agrobiodiversidad, puede observarse la importancia del maíz nativo y los productos elaborados de maíz en los mercados que fueron más citados por los entrevistados, pues ocupan más del 50% de las menciones de venta.

Figura 2. Representación jerárquica del comercio de la agrobiodiversidad.



Fuente: entrevistas. Menciones de venta.
Programa NVivo 11-Pro

Por otra parte, el autoconsumo de las familias sigue jugando un papel muy importante. Sin embargo, existe una orientación cada vez mayor a comercializar los productos, pues de media destinan hasta el 80% de su producción a la venta, como se muestra en la tabla 2. Esto es causa y efecto, al mismo tiempo, de las dinámicas que afectan la visión de los jóvenes de las alcaldías rurales del sur de la CDMX sobre la alimentación, y se relacionan con las percepciones sobre la seguridad alimentaria. Así, aunque Juan, del Huerto Roma Verde⁷, dice: “La gente que estamos aquí desde hace muchos años, tenemos convicciones de trabajo por el medio ambiente...” su misión es formar colectividad para el bien común a partir de la búsqueda de la autosuficiencia alimentaria y los alimentos orgánicos. En tanto, María Eugenia, del Tianguis Alternativo de Tepepan⁸ ve un riesgo a la seguridad alimentaria por el poco interés de las nuevas generaciones en la cosecha y transformación de las frutas: “lo que vemos allá (Milpa Alta) es que todo mundo tiene árboles frutales en su casa”. Sin embargo, las familias no recolectan las frutas ni las transforman.

Es probable que estas actitudes se deban a la influencia de los estilos de consumo urbano, cuya base es la comida industrializada, al desinterés en las actividades del campo y al trabajo que implica la recolección, preparación y transformación de las frutas en conservas y postres, el cual recae, generalmente, en las mujeres.

⁷ Entrevista realizada el 5 de abril de 2019

⁸ Entrevista realizada el 16 de junio de 2019.

3.3. Valoración de la agrobiodiversidad. Dinámicas de la CP

La CP es una forma de reconocer el valor social, ambiental y cultural de la agrobiodiversidad por medio de mecanismos de confianza entre productores y consumidores y el compromiso del consumidor de retribuir el esfuerzo del productor por conservar el medioambiente y el patrimonio rural. La CP se inicia con la solicitud del productor para incorporarse al mercado. Al pedir su ingreso, se le aplica un cuestionario que es evaluado por un Comité de Certificación integrado por productores, consumidores y personal técnico. Si las respuestas al cuestionario son evaluadas favorablemente, el Comité de Certificación realiza una visita al productor, para posteriormente, discutir su caso en el Consejo General del Mercado. El resultado puede ser: rechazado, en transición o aceptado. En el caso de los productores en transición se hacen recomendaciones que deben cumplirse. Si al cabo de un tiempo (un año) han sido resueltas, se acepta su integración plena al mercado; si no es así, se le da un plazo mayor. En caso de que en el plazo establecido no se cumplan las condiciones, el productor es separado del mercado. En sentido estricto, la CP se trata de un convenio en el cual los productores, consumidores, técnicos y administradores de los mercados alternativos transparentan los procesos productivos con una cierta flexibilidad para facilitar la transición agroecológica.

No obstante, existen diversas formas de concebir la certificación: sólo 6 de los 13 entrevistados reconocieron tener la certificación participativa 2 de los cuales contaban, además, con la certificación orgánica de tercera parte, pues la ven como una oportunidad de comercializar no sólo en mercados locales, sino en mercados

regionales o nacionales. En este sentido, algunos de ellos participan en programas de compras institucionales, comercializan en mercados públicos, en otros centros de abasto y proveen a los restaurantes especializados.

Las productoras y productores expresan así su entendimiento de la certificación: para Anastasia, ésta consiste en estar “libre de residuos químicos”, lo cual es un requisito indispensable para transitar hacia la agricultura ecológica. Dicha certificación se la otorgó una instancia del gobierno local en 2017. La misma entrevistada afirma que “es muy difícil la certificación del nopal”, pues deben transcurrir cuatro o cinco años de no aplicar químicos. Luego van a revisar la plantación, pero también a los productores y sus familias para verificar que no tengan sustancias tóxicas en la sangre.

Para otra productora, la certificación consiste en tener un sello “100% Milpaltense” y está en la búsqueda del sello “Hecho en México” con la esperanza de exportar su producto a los Estados Unidos de América (EUA). Hay que señalar que ninguno de los dos sellos ofrece garantía de ser un producto agroecológico.

Tanto la certificación orgánica realizada por agentes externos, como la participativa, son conocidas por los líderes del mercado y por los productores que han sido dinamizadores de este tipo de circuitos, pero aún entre ellos existen diversas posiciones sobre las certificaciones orgánicas reconocidas y reglamentadas por la ley: mientras que Abel, líder de una cooperativa familiar tiene una actitud pragmática al poseer tanto la certificación de agencia como la participativa, ya que “le permiten vender en tiendas y al mismo tiempo participar en los mercados alternativos”. Tomás, un custodio

de semillas nativas de maíz, rechaza la certificación de agencia: “quien te paga, (...) quiere que les digas que (sus productos) son orgánicos”. Afirma que ha visto como grandes aguacateras de Michoacán súbitamente se vuelven orgánicas. Por eso se ha integrado a la asociación Agricultura para el Bien Común (ABC) constituida en 2019 e integrada por activistas y agricultores participantes en los mercados agroecológicos.

Silvia, de un huerto urbano en el oriente de la Ciudad, dice que rechazó la certificación de tercera parte por los altos costos y que se inclina por la CP, pero ésta no ha tenido avances en el mercado en que participa, a pesar del entusiasmo inicial. De hecho, indica que en 6 años no ha recibido una visita para verificar que sus procesos de producción sigan siendo agroecológicos. Por su parte, el Tianguis Orgánico Bosque de Agua manifiesta su posición sobre la certificación: “Hacemos una certificación autogestiva a nivel local y regional para incentivar una relación de confianza entre el productor y el consumidor”, entendiendo por autogestión los acuerdos entre productores y consumidores sin atender propiamente la reglamentación sobre los SPG.

Finalmente, Ana, administradora del mercado El 100, único dentro de la Ciudad de México que reúne los requisitos establecidos por la Ley, reconoce las dificultades de implementar el SPG bajo los parámetros establecidos por la LPO, debido a que sólo son dos personas quienes realizan las visitas a las fincas y el excesivo papeleo que implica llenar los formatos. Hay que decir también, que uno de los obstáculos de este SPG reconocido bajo las formas legales es que no se puede certificar a productores de otros mercados.

Las diferentes opiniones demuestran la diversidad de los tipos de certificación: en primer lugar, se encuentra aquella en la que los productores se han desempeñado como capacitandos en cursos y talleres sobre el manejo de riesgos por medio de una menor utilización de insumos químicos dañinos al medio ambiente; en segundo lugar, se encuentran formas difusas de certificación como las llamadas autogestionarias que seguramente se acercan a la participativa, pero sin integrarse al marco regulatorio de la LPO; finalmente, se encuentra la certificación participativa reconocida por la ley bajo la forma de SPG.

No obstante, los entrevistados coinciden en que la aceptación en un mercado alternativo es un reconocimiento a sus prácticas agroecológicas, lo que les ha permitido un mayor ingreso y una fuente de empleo familiar como producto de su relación con un consumidor consciente. Dado que se trata de proyectos alternativos, puede señalarse que las dificultades para valorizar los productos y la certificación encuentran su expresión en las formas de distribución, lo cual veremos en el próximo párrafo.

3.4. La distribución alternativa de alimentos en tiempos de Pandemia

En esta parte, se abordan los resultados de los grupos de discusión integrados en los talleres realizados de manera virtual. Como se ha señalado anteriormente, las organizaciones existían antes de la Pandemia, pero con el cierre de las actividades comerciales y de los mercados se profundizaron los mecanismos de comercialización y valorización que ya se venían dando con anterioridad, como el reparto a domicilio, los pedidos por medio de redes socio-digitales (WhatsApp, Facebook y otras

aplicaciones) y de páginas Web. Asimismo, se dieron innovaciones con la implementación de técnicas de geo-marketing: rutas de reparto, geolocalización de los clientes, entre otras, así como la movilidad en bicicleta.

En ese sentido, los resultados de los talleres fueron muy amplios, pero las relatorías se centraron en abordar las discusiones y respuestas a las preguntas orientadoras a las que se hace referencia en el apartado metodológico de este artículo. El cuadro 3 resume los resultados de este ejercicio.

Lo que muestra el cuadro anterior son los aspectos en los cuales los representantes de los mercados y asociaciones podrían expresar un acuerdo.

Sin embargo, existen diferencias que surgen de las características de los representantes de las organizaciones y de los mercados a los que están dirigidos.

Con el trabajo realizado en los talleres, se identifican tres tipos de valoración de los excedentes de la agricultura familiar: el

Tabla 3. Objetivos y resultados de las iniciativas de distribución.

Objetivos	Resultados
Factores de éxito	<ul style="list-style-type: none"> •Aceptación y reconocimiento por parte de los consumidores de la agrobiodiversidad, temporalidad y disponibilidad de los productos. •Precios fijos. •Formación de redes de productores para disminuir costos de transporte.
Obstáculos	<ul style="list-style-type: none"> •Dificultades para el registro de marcas, etiquetado, regulación, certificación, etc. •Falta de apoyo para acceder al espacio público. •Seguridad pública. •Problemas de logística, maniobras de manejo y transporte del producto.
Relaciones con los gobiernos locales	<ul style="list-style-type: none"> •Interés variable del gobierno o gobernante en turno. •Trabas tributarias. •Escasa difusión de la reglamentación.
Innovaciones Propuestas y alternativas	<ul style="list-style-type: none"> •Consolidar una red de productores, mercados y tianguis. •Profundizar la vinculación con instituciones educativas, gubernamentales y privadas. •Crear centros de distribución donde se concentren los productos. •Utilizar las aplicaciones y herramientas tecnológicas para el mapeo de consumidores, redes sociales, etc. •Impulsar la entrega a domicilio y los pedidos por internet.

Fuente: elaboración propia con base en las relatorías de los talleres realizados el 29 de septiembre y 6 de octubre de 2020.

primero, corresponde a quienes quieren escalar los mercados alternativos de fin de semana e incursionar en otros canales de comercialización; el segundo, se relaciona con la agricultura familiar y sus limitaciones que los llevan a demandar una consolidación de los mercados; y el tercer tipo, corresponde al esquema de la agricultura de responsabilidad compartida, es decir, el tipo de iniciativa en el que media un convenio o contrato, formal o informal entre consumidores con un agricultor o un grupo de agricultores.

En el cuadro 4 se establecen las características de estos tres tipos con base en: a) la estandarización, b) la escala, para atender comedores escolares, industriales, restaurantes y hoteles; c) la certificación, d) las marcas y etiquetados, y finalmente, e) los criterios de valorización social y ambiental.

En suma, la distribución de alimentos en estas redes se encuentra en un punto en el cual las

diversas iniciativas están relacionadas: 1) con el mercado de medianos y grandes consumidores; 2) las que proceden de la agricultura familiar y se inscriben en los mercados alternativos como un canal preferente de comercialización; y 3) las iniciativas de responsabilidad compartida entre consumidores y productores.

Entre las primeras, se encuentran aquellas iniciativas que buscan escalar hacia los comedores industriales, las escuelas, los hospitales y las compras públicas ofreciendo garantías de certificación, aunque inciertas, pues como dijo una participante "...existe la duda si las organizaciones grandes aceptan los certificados de participación", refiriéndose con ello a la CP. Entre las segundas, se ubican a los productores que son distribuidores directos, que no tienen intermediarios; o si acaso, sólo atiende sólo a un proceso de intermediación, pero que por la naturaleza de su actividad familiar, de la limitada propiedad de la tierra o por convicción propia, se niegan a incorporarse

Tabla 4. Características de las iniciativas de comercialización

Variable	Distribución	Agricultura familiar	Responsabilidad compartida
Estandarización	si	no	si. En el marco de acuerdos productor y consumidores
Escalabilidad	si	limitada	no
Certificación	si. De tercera parte	CP	CP
Etiquetas	si	Limitada	Limitada
Valorización social y ambiental	si	Si	si

Fuente: elaboración propia con base en las relatorías de los talleres realizados el 29 de septiembre y 6 de octubre de 2020.

a circuitos más grandes de comercialización; ya que, como señaló una participante, con su producción familiar “...no (...) puede (...) cubrir (las) demandas industriales”. En el caso del tipo de agricultura de responsabilidad compartida destacan las cooperativas de producción y consumo, de “prosumidores” que entienden la certificación como un lazo de confianza con el productor, ya que se involucran no sólo en la distribución, sino también en ciertos procesos de la producción, como, por ejemplo, la recolección, bajo la supervisión del productor.

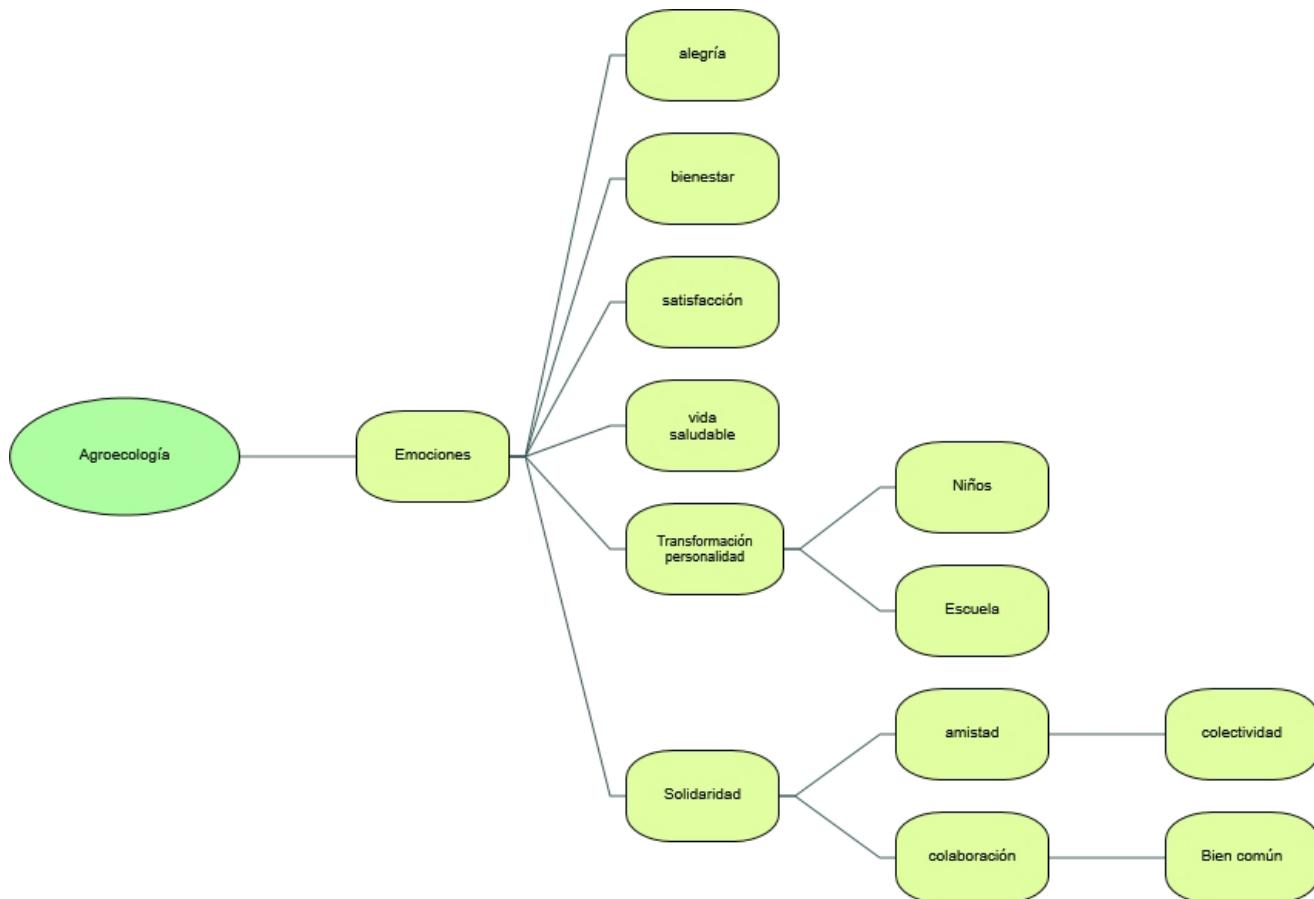
Todos los temas tratados en los talleres refuerzan un aspecto que se encontró en las entrevistas: la autovaloración de la propia actividad. Una vía para explorar esta idea, que no estaba contemplada en el diseño de la investigación, son las emociones ante la agricultura y la comercialización. En este sentido, cuando los participantes que contaron anécdotas sobre sus labores expresaron sentimientos de bienestar y felicidad, por ejemplo, por su vinculación con consumidores o por el afianzamiento de relaciones de confianza y amistad. Pero, por otro lado, expresaron frustración por las problemáticas e injusticias que han vivido y que se reseñan en el cuadro 3, tales como la falta de acceso al espacio público y la corrupción por parte de algunas autoridades, así como una escasa cultura administrativa que fomenta las diferencias y enfrentamientos. No obstante, prevalecen los sentimientos de bienestar por sobre el malestar ante los obstáculos.

3.5. Emociones y latencia de futuro

Algunas de las emociones expresadas en las entrevistas y talleres responden más claramente a la latencia utópica a la que ya nos hemos referido anteriormente: al presente cargado de

futuro que reafirma el carácter alternativo de estos proyectos. Frente a la acelerada pérdida de la agrobiodiversidad propiciada por el modo de producción alimentario capitalista y la incertidumbre de seguir reproduciendo las formas de vida de los campesinos-productores, la alegría proporcionada por la agricultura y intercambio social, por medio del comercio, se posicionan como valores fundamentales. Esta categoría se relaciona, a su vez, con el gusto, el bienestar, la vida saludable, libre de la enfermedad y con una nueva pedagogía: la transformación de la personalidad de los niños por medio de su contacto con la agricultura (figura 3), por lo que los CCA adquieren una carácter libertario y saludable (Merçon et al. 2012). Estas actitudes hacia la agricultura urbana y periurbana, se vinculan con la construcción de lazos de solidaridad entre los asistentes a estos mercados y a los huertos, lo que conduce a la idea de que es posible lo que aún no nace pero está latente: una economía solidaria y de confianza. Tomás dice que la agrupación ABC “..es lo último que hemos construido desde la visión de libertad, de biodiversidad, de respeto...”.

En síntesis, el reconocimiento y la valoración de los entornos agrobiodiversos de la Ciudad de México se manifiestan en los espacios de comercialización y el creciente aprecio de los consumidores por los productos nativos de la agrobiodiversidad, entre los cuales el más importante es el maíz. La figura anterior, muestra los valores de los productores y otros actores del mercado sobre la agricultura y los lazos directos con los consumidores y quienes, a pesar de las dificultades, expresan su convicción de que los espacios de producción y comercialización son también lugares en los que se construyen valores de solidaridad y confianza.

Figura 3. Emociones manifestadas por las y los entrevistados

Fuente: elaboración propia con base en las relatorías de los talleres de discusión colectiva y las entrevistas. Programa Nvivo 11-Pro.

4. Debate y conclusiones

Esta investigación sugiere que no sólo las DO y las IG, abordadas por el enfoque Sial son formas de acción colectiva para valorizar los alimentos del territorio. También la CP es parte de la acción colectiva a una escala localizada pero que no está dirigida a un producto, como en la visión tradicional de los Sial, sino

a los procesos productivos y a las prácticas agroecológicas o en transición. La pregunta y la hipótesis iniciales sobre la persistencia de la agricultura agroecológica que han derivado en la certificación participativa de los productos de la agrobiodiversidad, así como las formas de valoración social y económica mediante el aprecio creciente y rescate de la agrobiodiversidad y el crecimiento del empleo

familiar, así como de los ingresos que aporta la venta de excedentes, están aún en discusión en el movimiento de las CP.

Para algunos autores, la institucionalización de la CP es una valoración de los excedentes de la economía familiar (Cravotti y Soleno 2015). Para otros, el sentido de la CP representa una gobernanza democrática en la construcción de la autonomía, la ciudadanía y la soberanía alimentarias, que reivindica un medio ambiente sano, una alimentación de calidad y una dieta adecuada (Kaufmann y Vogl 2018; Pino 2017), que proyecta representaciones alternativas en la agricultura de responsabilidad compartida (Monachon 2020).

En este artículo, se ha intentado resaltar que más allá de las visiones de la literatura sobre la certificación, las CP institucionalizadas o informales, en los mercados alternativos y los huertos urbanos han sido formas de reconocimiento de los agroecosistemas tradicionales, como las chinampas, y de la agricultura familiar, como producto de un movimiento social emprendido por activistas, agricultores, consumidores y otros actores conscientes de la importancia de recuperar las dietas tradicionales, sanas y los sistemas agroecológicos como una forma de atacar los grandes problemas de salud, alimentación, energéticos y ambientales, aunque cada mercado tiene una forma de organización social propia (Ajuria 2021) que se expresa en su misión y visión de lo que significa la alteridad frente al sistema agroindustrial dominante. Pero, a pesar de las diferencias, es necesario observar que los modos de producción, comercialización y consumo derivados de estos espacios de intercambio contienen categorías de pensamiento que remiten a percepciones

y sentimientos, los cuales se expresan a dos niveles: uno flotante, al que podemos llamar alternativo, y otro, que responde a la cotidianeidad de los mercados.

El primero, es entendido como autonomía y justicia alimentaria, lo que conlleva al replanteamiento de prioridades políticas, que, de acuerdo con Grenoville, Le Gall y Noel (2021), deben dar un giro para centrarse en la producción agrícola local, al acceso a la tierra, a las semillas, el agua y el crédito, así como a la comercialización. En cuanto a la justicia, ésta consiste no sólo en reconocer moral o éticamente la producción y el consumo, sino en su dimensionamiento como opción frente a los mercados globales (González, Nigh y Pouzenc 2020).

Otro contenido de lo alternativo lo representa una latencia de lo que significa imaginar “otra vida” a partir de los sistemas agroalimentarios y los alimentos como un bien común (Morillas 2020), lo que corresponde a los conceptos de la utopía emergente o de posibilidad objetiva enunciados en la sección 2 de este artículo.

En el segundo nivel, en el de la inmediatez, en la medida que se trata de iniciativas ciudadanas, los mercados alternativos enfrentan grandes desafíos de gobernanza. El primero de ellos, es superar los obstáculos políticos para acceder al espacio público. En tiempos de Pandemia, dichos obstáculos han producido una sobrecarga económica a los mercados, al verse obligados a rentar espacios privados, además de la fatiga de algunos de sus dinamizadores por el poco personal con el cuentan para realizar las visitas de inspección, debido a la emergencia sanitaria. La relativamente poca supervisión presenta problemas de transparencia sobre el origen

de los productos. Por lo menos dos de las entrevistadas afirmaron que existía un crecimiento de la intermediación entre algunos productores.

Otro desafío que enfrentan los mercados alternativos es el dilema de aislarse o incidir en la política pública. Esto último se relaciona también con el dilema de saltar de "escala" y hacer accesibles los alimentos nutritivos, sanos y de calidad propios de la agrobiodiversidad a

la población en general. Este dilema se expresa en las diversas posiciones ante la certificación: seguir los cauces legales o autogestionarla. En suma, la investigación sugiere que existen múltiples formas de reconocimiento y valoración de la agrobiodiversidad que incluyen los reconocimientos oficiales, pero que van más allá de ellos, ya que dependen de las dinámicas de confianza y solidaridad entre los actores del mercado en cada caso particular.

Bibliografía

- Abiral, B. & Atalan-Helicke, N. 2020 "Trusting Food Supply Chains during the Pandemic: Reflections from Turkey and the U.S." *Food & Foodways: History & Culture of Human Nourishment* 28 (3): 226-236.
- Ajuria, B. 2021. "La gobernanza territorial en la certificación participativa: un análisis comparativo de Puebla y Tlaxcala." *Gobernanza y Desarrollo Territorial. Sistemas Agroalimentarios Localizados. Análisis y Políticas Públicas*. Torres, G. y Larroa, R. (Coords). México: UNAM-CIALC. 79-100.
- Argueta, A. 2016. "El estudio etnobiocoológico de Los tianguis y mercados en México." *Etnobiología* 14 (2): 38-46.
- Belletti, G., & Marescotti, A. 2020. *Short Food Supply Chains for Promoting Local Food on Local Markets: Inclusive and Sustainable Industrial Development*. Vienna: United Nations Industrial Development Organization, UNIDO.
- Bloch, E. 2005 "¿Puede frustrarse la esperanza?" *Doce textos fundamentales de la Ética del Siglo XX*. Gómez, C. (Ed.). Madrid: Alianza Editorial. 165-173.
- Bonnano, A., Sekine, K. & Feuer H. (Eds). 2020. *Geographical indication and global agri-food. Development and democratization*. Oxon-New York: Taylor & Francis.
- Boza, S. 2013 "Los Sistemas Participativos de Garantía en el fomento de los mercados locales de productos orgánicos." *Polis* 12 (34): 15-29.
- Bryant, A. & Charmaz, K. 2007. "Introduction. Grounded Theory research: methods and practices." *The Sage Handbook on Grounded Theory*. Bryant, A. & Charmaz, K. (Eds.) London: Sage. 1-28.
- Bustamante, T. y Schwentesius, R. 2018. "Perfil y situación de los productores que integran los tianguis y mercados orgánicos en México." *Agricultura, Sociedad y Desarrollo* 15 (4): 507-530.
- Chiffolleau, Y. 2019 *Les circuits courts alimentaires. Entre marché et innovation sociale*. Toulouse: Érès,
- Cravietti C. y Soleno, R. 2015. Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. *Mundo Agrario*, 16 (33). Disponible en <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv16n33a01> (consultado en julio 2021).
- Cuéllar, M. y Gánuza, E. 2018. "We Don't Want to be Officially Certified! Reasons and Implications of the Participatory Guarantee Systems". *Sustainability* 10 (4) 1142.
- Deaconu, A. et al. 2021 "Agroecology and Nutritional Health: A Comparison of Agroecological Farmers and their Neighbors in the Ecuadorian Highlands." *Food Policy* 101: 102034. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2021.102034>
- Deverre, C. & Lamine, C. 2010 "Les Systèmes Agroalimentaires Alternatifs. Une Revue De Travaux Anglophones en Sciences Sociales." *Économie rurale* 317 (mai-juin): 57-73.
- Escalona, M. 2010. *Los tianguis y mercados locales de alimentos ecológicos en México: su papel en el consumo, la producción y la conservación de la biodiversidad y la cultura*. Tesis. Córdoba: Universidad de Córdoba
- Fei, S., Ni, J. & Santini, G. 2020. "Local Food Systems and COVID-19: An Insight from China." *Resources, Conservation and Recycling* 162. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.10502>
- Fernández, S. 2017. "Si las piedras hablan. Metodología cualitativa de investigación en Ciencias Sociales." *La razón histórica. Revista hispanoamericana de historia de las ideas* 37: 4-30.
- Fernández-Zarza, M. et al. 2021. "Trust and Food Quality in the Valorisation of Geographical Indication Initiatives." *Sustainability* 13. (6): 3168. <https://doi.org/10.3390/su13063168>
- Fonte, M. & Quiet. M. 2018. "Food Production and Consumption Practices Toward Sustainability: The Role and Vision of Civic Food Networks." *Encyclopedia of Food Security and Sustainability*. Ferranti, P., Anderson, J. R. and Berry, E. M. (Eds.). Elsevier: 17-25. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-100596-5.22362-7>.
- Fournier, S. 2008 "Geographical Indications: A Way to Perpetuate Collective Action Processes within Localized Agrifood Systems?" *Cahiers Agricultures* 17 (6): 547-51.

- García, R. 2015. *Tianguis alternativos locales en México, como puntos de encuentro micropolítico: en la búsqueda de posibilidades de vida en el presente*. Tesis. Puebla, México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, (BUAP).
- Gómez, L. 2006. "Una certificación diferente: la Certificación Orgánica Participativa." *Revista Vinculando*. Disponible en: https://vinculando.org/organicos/certificacion_organica_participativa.html II
- González, A., Nigh, R. y Pouzenc, M. (Coords). 2020. "La comida de aquí". *Retos y realidades de los circuitos cortos de comercialización*. San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México: UNAM-CIMSUR.
- Grenoville, S., Le Gall, J. y Noel, J. (eds.) 2021. *Distribución, comercialización y acceso a Alimentos de calidad en América Latina*. Buenos Aires: INTA.
- Jarzebowksi, S., Bourlakis, M. & Bezat, A. 2020 "Short Food Supply Chains (SFSC) as Local and Sustainable Systems." *Sustainability* 12 (11). 4715. <https://doi.org/10.3390/su12114715>
- Kaufmann, S. & Vogl, C. 2018. "Participatory Guarantee Systems (PGS) in Mexico: a theoretic ideal or everyday practice?" *Agriculture and Human Values* 35 (2): 457-472. <https://doi.org/10.1007/s10460-017-9844-2>
- Kebir, L. & Torre, A. 2014 "Geographical Proximity and New Short Supply Chains." *Creative industries and innovation in Europe. Concepts, measures and comparative studies*. Lazzaretti, L. (Ed.) London: Routledge. 194-211.
- Mancini, M. 2013 "Geographical Indications in Latin America Value Chains: a "branding from Below" Strategy or a Mechanism Excluding the Poorest?" *Journal of Rural Studies* 32: 295-306.
- Mancini, M., et al. 2019 "Producers' and consumers' perception of the sustainability of Short Food Supply Chains: the case of Parmigiano Reggiano PDO." *Sustainability* 11 (3) 721. <https://doi.org/10.3390/su11030721>
- Marsden, T., Banks, J. and Bristow, W. 2000. "Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development." *Sociología Ruralis* 40 (4): 424-38.
- Martínez, Á. 2018. *Denominaciones de origen e indicaciones geográficas en la Unión Europea. Cinco lustros de luces y sombras*. Madrid, Barcelona, Buenos Aires, Sao Paulo: Marcial Pons.
- Merçon, J. et al. 2012. "Cultivando la educación agroecológica: el huerto colectivo urbano como espacio educativo." *Revista mexicana de investigación educativa* 17 (55): 1201-24.
- Monachon, D. 2020. "La Agricultura de Responsabilidad Compartida en México: Hacia una innovación de colaboración productores-consumidores." *Alimentación, Salud y Sustentabilidad. Hacia una Agenda de Investigación*. Pasquier Merino, A. and Bertrán Vila, M. (Coords). México: UNAM. 163-178.
- Morillas, J. (2020). Nuevos comunes para la transformación eco-social: El ecomercado de granada como estudio de caso. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 135(e69179), doi:<https://dx.doi.org/10.5209/reve.69179>
- Muchnik, J. 2006. "Identidad territorial y calidad de los alimentos: procesos de calificación y competencias de los consumidores." *Agroalimentaria* 12 (22): 89-98.
- Mudrik, M., Cuatrín, E. y Cardozo, L. 2020 "Los sistemas de certificación participativos en mercados de pequeños productores en el marco de la economía social y solidaria." *Otra Economía* 13. (23): 161-80.
- Pardo, J. y Durand, L. 2018 "Los mercados alternativos de alimentos en la Ciudad De México". *Medio ambiente, sustentabilidad y vulnerabilidad social*. Cervantes, J. Márquez, L. y Molina, D. (Eds). Vol. V. *Las Ciencias Sociales y la Agenda Nacional. Reflexiones y propuestas desde las Ciencias Sociales*. México: COMECOSO. 470-488.
- Parker, G. 2005. "Sustainable food? Teikei, co-operatives and food citizenship in Japan and the UK." *Working Papers in Real Estate and Planning*: 1-29.
- Pino, M. (2017). Los Sistemas Participativos de Garantía en el Ecuador. Aproximaciones a su desarrollo. *Letras Verdes: Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, 22 (Sept.): 120-145.
- Radomsky, G., Niederle, P. & Schneider, S. 2014. "Participatory Systems of Certification and Alternative Marketing Networks: The Case of the Ecovida Agroecology Network in South Brazil." *Rural Development and the Construction of New Markets*. Hebinck, P., Van der Ploeg, J. and Schneider, S. London: Routledge. 79-98. <https://doi.org/10.4324/9781315797519>
- Ranaboldo, C. y Arostro, M. 2016. "Circuitos cortos de comercialización: una mirada desde el enfoque territorial". Disponible en <http://www.fao.org/in-action/territorios-inteligentes/articulos/colaboraciones/detalle/es/c/410218/> (consultado en octubre de 2018).
- Renting, H., Schermer, M. & Rossi, A. 2012 "Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship." *International Journal of Sociology of Agriculture & Food* 19 (3): 289-307.
- Renting, H., Marsden, T. & Banks, J. 2003 "Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development." *Environment and Planning A* 35: 393-411.
- Requier-Desjardins, D. y Torres, G. 2020. "Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) y circuitos cortos en América Latina." *Resources, Inégalités et Développement des Territoires Ruraux. Retour Sur Le Colloque IDA-AFD-EU-LAC* 2019. Guibert, M. and Sabourin, E. (Eds). Paris: EU-LAC-AFD-IdA-Université Toulouse-CIRAD. 119-131.
- Reyes, A. et al. 2020. "Entre lo sano y lo cercano: construcción de una opción de certificación participativa." "La Comida de Aquí". *Retos y realidades de los circuitos cortos de comercialización*. González, A., Nigh, R. and Pouzenc, M. (Coords). San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México: UNAM-CIMSUR. 205-239.
- Roldán, H. et al. 2016. "Los mercados orgánicos en México como escenarios de construcción social de alternativas." *Polis. Revista Latinoamericana* 15 (43): 581-605.
- Rosina, C., et al. 2018. "Adaptation of a participatory organic certification system to the organic products law in six local markets in Mexico." *Agroecology and Sustainable Food Systems* 42 (1): 48-76.

- Rosol, M. 2020 "On the significance of alternative economic practices: reconceptualizing alterity in Alternative Food Networks." *Economic Geography* 96 (1): 52-76.
- Sabourin, E. 2018. "Construcción social de circuitos cortos y de mercado justo: articulación entre intercambio y reciprocidad." *Critical Studies about Society and Development, Theomai*. 38 (Second Semester): 150-67.
- Sanz, J. and Muchnik, J. 2016. "Geographies of origin and proximity: approaches to Local Agro-Food Systems." *Culture & History Digital Journal* 5 (1): e002.
- Schwentesius, R. 2009. "Certificación Orgánica Participativa en la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos." *Revista Vinculando*, noviembre.
- Torres, G., Campos, A. y Martínez, P. 2021. "Circuitos Cortos Agroalimentarios y Mercados Alternativos en la Ciudad De México." *Gobernanza y Desarrollo Territorial. Sistemas Agroalimentarios Localizados. Análisis y Políticas Públicas*. Torres, G. y Larroa, R. México: UNAM-CIALC. 51-78.
- Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM. 2012. *Gran Diccionario Náhuatl*. México: UNAM. Disponible en <http://www.gdn.unam.mx> (consultado en septiembre de 2021).
- Wilkinson, J., Cerdan, C. and Dorigon, C. 2017. "Geographical Indications and "Origin" Products in Brazil – the Interplay of Institutions and Networks." *World Development* 98: 82-92.
- Zárate, C. 2017. "La evolución de los movimientos de la economía solidaria: del comercio justo a los Sistemas Participativos de Garantía." *Regiones y desarrollo sustentable* 27-28. (julio-junio): 51-67.
- Zemelman, H. 1997. *Conocimiento y Sujetos Sociales. Contribución al Estudio del Presente*. México: El Colegio de México. Centro de Estudios Sociológicos.

