

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA  
UNIDAD XOCHIMILCO  
DIVISIÓN DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD  
DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y ANIMAL  
LICENCIATURA EN AGRONOMIA

---

---

PROYECTO DE SERVICIO SOCIAL LEGAL

**Mercado de productos orgánicos, una alternativa de comercialización local, sana y justa para los consumidores urbanos y productores rurales.**

Presentador de servicio social:

Ricardo García Tapia

Matricula: 209233343

Asesores:

Interno: M.C. Ramos Espinosa María Guadalupe

Núm. Económico: 12394

Externo: Ing. Ana Gabriela Calderón Gutiérrez

Núm. de Título: 045491

Cédula profesional: 097629

Lugar de Realización:

Desarrollo sustentable LUÚM, ubicado en Gabino Barreda #104 Col. San Rafael, Distrito Federal CP 06470

Fecha de inicio y Término:

Del 1de octubre 2013 al 1 de abril de 2014

## INDICE

RESUMEN.....	3
INTRODUCCION.....	4
MARCO TEÓRICO.....	6
OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS.....	7
METODOGIA UTILIZADA.....	8
ACTIVIDADES REALIZADAS.....	14
OBJETIVOS Y METAS ALCANZADOS.....	15
RESULTADOS, DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	15
RECOMENDACIONES.....	21
LITERATURA CITADA.....	21

## RESUMEN

Este trabajo se realiza en conjunto de Desarrollo Sustentable LU'UM, que significa tierra en maya, asociación civil que creó “Mercado el 100” entre productores y con la participación de consumidores y profesionales.

En este trabajo veremos el proceso de certificación participativa que aplica Mercado el 100 ubicado en el D.F Colonia Roma a sus productores, con el fin de garantizar la calidad como un producto Orgánico o ecológico hacia sus consumidores. Estas inspecciones se hacen con base a los fundamentos establecidos a los lineamientos de producción Orgánica y los valores del Mercado el 100. El Reglamento de la Ley De Productos Orgánicos en el Capítulo I, Artículo 2, Fracción VI nos dice que un producto orgánico es aquel que se obtiene conforme a los sistemas de producción y procesamiento establecidos en la Ley y las disposiciones que de ella deriven. Entenderemos como Orgánico el sistema de producción que mantiene y mejora la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa fundamentalmente en procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar insumos que tengan efectos adversos. Lo que se busca con estas acciones es apoyar al productor directo y profesionalizar su trabajo como lo dicen (Gómez y Gómez, 2004) “la agricultura orgánica es un movimiento social para el mejoramiento de la situación de vida de los sectores más pobres del ámbito rural, grupos indígenas y productores de escasos recursos; es decir una agricultura que promueve principalmente una producción sustentable de alimentos.”

Para garantizar la buena calidad de producción se creó un Sistema de Garantía Participativa (SGP) que ayudo a evaluar, analizar, supervisar y optimizar la producción y la parte operativa del Mercado el 100 mediante acciones participativas

La investigación se realizó desde un enfoque constructivista y a partir de metodologías de investigación participativa. La innovación interna del Mercado ha dado un paso más realizando visitas a las zonas de producción de los productores donde se verificó (SGP) el manejo y la calidad de los productos que se llevan al Mercado el 100, de estas visitas se generó un reporte donde se les hizo comentarios y mejoras a su producción, la mayoría obtuvo buenos resultados y por tanto se recomendaron pocas mejoras a sus zonas de producción cumpliendo con los valores del Mercado el 100. Como las visitas las hacen un grupo integrado de productores, consumidores y profesionistas, ésto ayudó a aumentar la credibilidad del mercado y a generar confianza de que los productos son

El Mercado El 100, por tanto se constituye como una propuesta que resignifica los procesos de comercialización al incluir criterios de manejo de recursos, salud

alimentaria, comercio justo, participación social, educación, concientización y producción local frente a las formas convencionales de comercio.

## INTRODUCCIÓN

La pérdida de diversidad biológica que conlleva el monocultivo y caracteriza a la agricultura industrial, está considerada como el problema ambiental más importante relacionado con la sustentabilidad y la producción de alimentos (Perfecto *et al.*, 2010), ya que ocasiona la esterilidad de los recursos productivos y, como resultado, obliga al uso de una gran cantidad de insumos externos, como los químicos sintéticos (Altieri., Gliessman, 2004). La acumulación de poder en las empresas que distribuyen alimentos implica que, tanto el agricultor como el consumidor, cada vez tienen menos información y capacidad para decidir sobre qué produce y consume, ni como lo produce y consume (Mauleón y Rivera 2009). Cuando no existe interacción entre agricultores y consumidores, estas empresas representadas por los supermercados pueden controlar la toma de decisiones de ambos actores (Salgado, 2015), y regular el flujo de información entre estos.

Una agricultura sustentable es aquella que promueve la calidad del medio ambiente y la base de los recursos naturales de los cuales depende; provee las fibras y alimentos necesarios para el ser humano; es económicamente viable y mejora la calidad de vida de los agricultores y de la sociedad en su conjunto (Sociedad Americana de Agricultura, 1989). El sistema económico de mercado provee incentivos a los agricultores (FAO, 2007) e influye en el tipo de tecnología que se aplica en los sistemas de agricultura (González Alba, 2011). Salgado (2015) asocia esta influencia al consumo particularmente al urbano para señalar que el compromiso de producir alimentos en formas más sustentables no es exclusivo de los agricultores; los consumidores son igualmente responsables por el tipo de tecnologías que se aplican en la agricultura y por sus efectos en el ambiente y en la sociedad.

Frente a este modelo de exportación de productos orgánicos, se vienen gestando proyectos en donde diversos actores (locales y externos) promueven nuevas formas de expresión social, creando espacios para actividades que buscan influir de manera directa en políticas y estrategias de desarrollo (Riquer, 2001). Alrededor del mundo existen distintos movimientos locales que buscan fomentar la producción y el consumo local y

responsable, resultado de iniciativas de productores, consumidores y organizaciones que se dedican a la producción y comercialización de alimentos producidos bajo criterios de la Agricultura Orgánica.

Este movimiento social en torno al comercio local, muestra nuevas formas de organización frente a los efectos negativos de la exportación de productos orgánicos, como son el alto costo que representa el proceso de certificación para poder vender su producto en el extranjero a un productor pequeño y las enormes cantidades de petróleo y agua que el traslado para la exportación de alimentos requiere (Nelson *et al.*, 2007).

Por eso nace la idea de ofrecer productos al consumidor sin intermediarios, que corresponde a los Mercados de Agricultores. Aquí, el agricultor participa por lo general en espacios públicos, en donde ofrece sus productos directamente a los consumidores. Los Mercados de Agricultores, tienen impacto en la comunidad, además de ofrecer comida fresca y motivar la economía local, se crea un espacio social activo que promueve el sentido de pertenencia a un colectivo (Brown y Miller, 2008).

Este movimiento brinda algunas ventajas a los productores como: ofrecer sus productos a los consumidores sin intermediarios, de igual modo es un buen lugar para intercambiar conocimientos entre productores que deseen perfeccionar sus técnicas, conocer cuáles son los productos que el consumidor prefiere, además algunos productores reconocen que disfrutan de la interacción con los consumidores y con otros productores (Bachmann, 2002).

Por esta razón nace el proyecto “**Mercado El 100**”, éste es impulsado y coordinado por integrantes de la Asociación Civil Desarrollo Rural Sustentable LU’UM (tierra en maya), dirigida en el D.F por Alan Vargas Favero representante legal del Mercado el 100, A.C., Ana Gabriela Calderón Coordinadora General y Francisca Mendoza, Administradora. Mercado el 100 tiene el objetivo de crear un lugar de intercambio entre pequeños productores y consumidores, a través de la implementación de un mercado en el que, además, se imparten diversos talleres gratuitos de educación para fomentar hábitos saludables y sustentables, creando así un modelo de desarrollo local sustentable entre la ciudad y el campo, bajo los principios de comercio justo y sin intermediarios. El nombre “**Mercado El 100**”, se refiere a que está integrado únicamente por productores

locales, que producen o transforman productos a no más de 100 millas a la redonda del D.F.

El presente trabajo tuvo por objetivo analizar la operación de los participantes en el “**Mercado El 100**”, y optimizar el funcionamiento del sistema a través de acciones educativas y el diseño de un (Sistema de Garantía Participativo (SGP) que cumpliera con los valores del mercado y los requisitos generales para la producción orgánica a través de visitas a los productores.

## MARCO TEÓRICO

En el trabajo de Gómez *et al.*, 2006 se cita que a finales de la década de los ochenta, los países desarrollados comenzaron a demandar productos tropicales y de invierno, producidos en forma orgánica, estimulando de esta manera la práctica de la agricultura orgánica en México, ya que en sus territorios no se podían cultivar. A través de algunas comercializadoras, ONG's y grupos religiosos (Teología de la Liberación) se fomentó en México la apropiación de esta nueva forma de producir, para poder complementar y diversificar una demanda ya creada en el exterior. En un inicio, agentes de países desarrollados se conectaron con diferentes productores en México, solicitándoles la producción de determinados productos orgánicos, así comenzó su cultivo, principalmente en áreas donde no se empleaban insumos de síntesis química.

La producción orgánica en México se ha incrementado de manera importante en los últimos años, como respuesta al crecimiento acelerado de la demanda global de productos ecológicos. En efecto, aunque la agricultura mexicana en general ha sufrido severas crisis, el área con manejo orgánico incrementó de 23 mil hectáreas en 1996 a 216 mil hectáreas en 2002 (González & Nigh, 2005). El sector orgánico se ha disparado y hoy más de 83.000 productores cultivan orgánicamente, abarcando una superficie mayor a las 300.000 hectáreas. En el ámbito mundial, México ocupa la posición 16 respecto a la superficie orgánica, el tercero con respecto al número de productores y es el mayor diversidad de cultivos producidos orgánicamente, con alrededor de 81 cultivos (Schwentesi Rindermann et al., 2010). En México la agricultura orgánica se vincula en mayor medida a pequeños agricultores caracterizados por su estado de pobreza y de marginación (de 128.862 productores orgánicos ubicados, 99.95% son pequeños agricultores pues siembran un promedio de tres hectáreas, 82.77% pertenece a algún grupo indígena y el 34.6% son mujeres) (Schwentesi Rindermann et al., 2010). Lo anterior le confiere una importancia estratégica, dado que puede contribuir a una

reducción de la migración y la pobreza, la generación de externalidades positivas, la conservación de la biodiversidad y la sostenibilidad ambiental.

El primer marco legal para la producción orgánica en México data de 1997. La NORMA Oficial Mexicana NOM-037-FITO-1995, “Por la que se establecen las especificaciones del proceso de producción y procesamiento de productos agrícolas orgánicos”<sup>1</sup> establecía que la agricultura orgánica está orientada a la producción de alimentos de alta calidad nutritiva, lo cual generó muchas controversias, al no estar científicamente comprobado. En 2006 se decretó la Ley de Productos Organicos (LOP) y el reglamento de la ley fue promulgado 5 años más tarde, en abril de 2010. En mayo de ese año se publicó la cancelación de la NOM-037-FITO-1995 en el Diario Oficial de la Federación. Aún en ese mismo año, el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (Senasica) de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa), organismo encargado de la aplicación e interpretación del Reglamento de la LOP, presentó una propuesta de Lineamientos para la Producción Orgánica. “El documento fue elaborado por un grupo de trabajo específico creado por el CNPO [Consejo Nacional de Producción Orgánica] y coordinado por personal técnico del SENASICA y en las diversas fases de su integración, se tomó la opinión de operadores orgánicos, líderes de organizaciones, comercializadores, universitarios, investigadores, inspectores orgánicos, asesores técnicos, agencias de certificación, consumidores, funcionarios del sector rural y de instancias gubernamentales”<sup>2</sup>.

Por tanto dado su origen, la agricultura orgánica surge desde una concepción integral, donde se involucran elementos técnicos, sociales, económicos y agroecológicos. No se trata de la mera sustitución del modelo productivo o de insumos de síntesis artificial por insumos naturales.

## **OBJETIVO GENERAL**

Analizar, supervisar y apoyar en la mejora de procesos productivos y la parte operativa del Mercado el 100 mediante acciones participativas.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- 1) Dar seguimiento al Sistema de Garantía Participativa.
  - ✓ Coordinación de comité de SGP (reuniendo productores, consumidores y profesionales).
  - ✓ Realizar las visitas de campo acorde al Sistema de Garantía Participativa (SGP) y redacción de informes.

- ✓ Identificación del estado de avance de cada productor con respecto a las recomendaciones de los reportes y los documentos de base requeridos, y apoyo para su aplicación.

## **METODOLOGIA**

Para las visitas a los productores, se manejó un mecanismo de verificación que denominaremos Sistema de Garantía Participativo (SGP) basado en los valores socioeconómicos del mercado (rico, sano, local y justo). Este es un proceso interno basado en los valores y criterios del Mercado el 100, y a su vez está basado en los Principios de la Agricultura Orgánica. Fue necesario aplicar este mecanismo para aumentar la confianza entre productores y garantizar al consumidor, la calidad de los productos. Al finalizar la visita se le informa al productor que se realizará un reporte para incluir los comentarios que tuviera cada participante. Al productor se le otorga un sello (solo en caso de que cumpla los valores), para dar garantía a los consumidores la cualidad ecología de los productos vendidos directamente por los productores en el Mercado el 100.

Se visitaron 4 parcelas de producción, una de café y tres de hortalizas. Para dichas visitas se conforma un “comité de visita”, formado mínimo por 3 y máximo 5 personas, constituidos de la siguiente forma: mínimo una persona de LU’UM, un consumidor y un productor del Mercado el 100. El Comité debe basarse en los requisitos generales para la producción orgánica de la IFOAM (Cuadro 1). Cada miembro llena su ficha de visita, durante la misma o al finalizar (Cuadro 2). La persona de LU’UM escribe el reporte y lo envía a los otros miembros del comité de visita para pedir sus comentarios, observaciones y adiciones. Posteriormente el comité decide si el productor puede obtener o conservar el sello del Mercado El 100.



Cuadro 1. Requisitos generales para la producción orgánica, según la IFOAM.

	<b>ESTANDARES</b>
<b>Manejo del sistema</b>	Deberán tomarse medidas para mantener y mejorar el paisaje y estimular la calidad de la biodiversidad.
<b>Conservación del suelo y agua</b>	Deberán tomarse medidas apropiadas para prevenir la erosión.
	Se deberá restringir al mínimo la preparación de terrenos a través de la quema de vegetación.
	La producción de cultivos, deberán retornar nutrientes, materia orgánica y otros recursos extraídos del suelo en la cosecha, a través del reciclaje y regeneración.
	Los operadores deberían minimizar la pérdida de la capa superficial del suelo a través del uso de técnicas de mínima labranza, curvas de nivel, selección de cultivos, mantenimiento de la cobertura vegetal del suelo y otras prácticas de manejo que conserven el suelo.
	Deberán tomarse medidas para prevenir o remediar la salinización de suelo y agua.
	Los operadores deberían utilizar técnicas que conserven el agua, tales como el aumento de la materia orgánica del suelo, la programación de la plantación y un diseño apropiado, eficiente y programado de las operaciones de riego.
	Deberán preservar la calidad del agua.
	Si es posible, deberán reciclar agua de lluvia o monitorear la extracción de agua.
<b>Ingeniería Genética</b>	Se prohíbe el uso de organismos provenientes de la ingeniería genética o sus derivados: animales, semillas, material de propagación, insumos agrícolas, acondicionadores de suelo, vacunas o materiales para la protección de cultivos.
<b>Cosecha de productos silvestres y manejo de tierras comunes o</b>	Los productos silvestres deberán de provenir de un medio ambiente estable y sustentable, no deben de extraerlos a una tasa que exceda su rendimiento de regeneración.
	Los operadores deberán de cosechar productos únicamente del área definida.
	El área de recolección deberá estar alejada de áreas de contaminación.

<b>publicas</b>	
<b>Elección de cultivos y variedades</b>	Los operados deberán de usar material vegetal y semillas orgánicas de variedades y calidad apropiadas. Cuando no exista posibilidad de material vegetal orgánica se podrá usar materia vegetal convencional.
<b>Diversidad en la producción de cultivo</b>	Es necesaria la rotación de cultivos y variedad de plantas.
<b>Fertilidad del suelo y fertilización</b>	La base del programa de fertilidad, deberá estar constituida por materiales de origen microbiano, vegetal o animal.
<b>Manejo de plagas, enfermedades y malezas</b>	El operador deberá manejar la presión de insectos, malezas y enfermedades, manteniendo o incrementando la materia orgánica en el suelo, la fertilidad, la actividad microbiológica, en general, la salud del suelo.
<b>Control de la contaminación</b>	Los operadores debieran tomar todas las medidas pertinentes para identificar y evitar cualquier tipo de contaminación potencial. El operador deberá utilizar medidas, incluyendo el uso de barreras y zonas de amortiguación.

Elaboración propia. Fuente: Normas del IFOAM para la producción y el procesamiento de orgánicos (IFOAM, 2013).

Ficha de visita

Fecha: ..... Unidad de producción: ..... Nombre y firma: .....

Valores	Indicador	Referencia	Valoración		
			A mejorar	Conforme	
<b>JUSTO</b>	J1	Venta directa	Los productores venden ellos mismos sus productos en Mercado el 100		
	J2	Precio de venta	Precios en tiendas orgánicas, naturistas, artesanales		
	J3	Transparencia	Los productos contienen informaciones sobre la composición de los productos (etiquetas, catalogo de proveedores, ficha técnica)		
	J4	Uso racional del agua	Tipo de riego (bitácoras, ficha técnica)		
	J5	Condiciones laborales justas	No emplean mano de obra infantil. No discriminación de género.		
<b>LIMPIO</b>	LI1	Usa aguas limpias	Procedencia del agua (manantial, agua de lluvia, agua de pozo) Sistema de filtros		
	LI2	Los desechos son tratados de manera adecuada	Todo desecho generado tiene un destino claro y preciso Recicla y reutiliza sus desechos (lo más posible) Los desechos generados no contaminan el ambiente		

	LI3	Trazabilidad	Se conoce la procedencia de cada materia prima empleada (incluso las semillas)		
	LI4	Aplica buenas prácticas de higiene	Respecta las normas de higiene, de seguridad y de salud		
<b>LOCAL</b>	LO 1	Utiliza al mínimo insumos externos y utiliza ingredientes locales	El productor puede elaborar sus propios insumos, a través de la utilización de recursos locales (abonos orgánicos, caldos minerales, bioplaguicidas, etc.), así como disminuir la dependencia de insumos externos y desarrollar y apropiarse de una tecnología adecuada a sus parcelas. (Orozco M. et al 2014)		
	LO 2	Lugar de producción se encuentra hasta 160 km de México DF	160 km desde los límites de la Ciudad a la redonda		
	LO 3	Pequeños productores artesanales	El productor interviene imprimiendo su "sello personal"		
<b>SANO</b>	S1	Sustancias permitidas	Lista de sustancias permitidas FAO (sustancias permitidas par la producción de alimentos orgánicos)		
	S3	No emplean conservadores, colorantes o saborizantes artificiales	Etiquetas Recetas de producción		

	S4	Aplican buenas prácticas de control de calidad	-Cuentan con bitácoras de producción. -Lista de proveedores. -Manual de proceso de producción.		
<b>RICO</b>	R1	Evaluación de la frescura y de la madurez de los productos vendidos en el Mercado (para los productos comestibles del Mercado)	Los productos vendidos en el Mercado El 100 son productos frescos y maduros		
	R2	Diversidad de productos	El productor propone una grande variedad de productos en el Mercado El 100 (lo más que se pueda)		

Cuadro 2. Basado en los valores del mercado.

El pilar de la integridad sobre la cual se construye el SPG radica en la idea en que se puede confiar en los productores y que el sistema de garantía orgánica puede ser la expresión y verificación de esta confianza. Los fundamentos para esta confianza nacen de la idea que los actores clave elaboran en forma colectiva su visión compartida y luego -a través del SPG- continúan dando forma y reforzando la visión en forma colectiva. Las formas en que esta confianza se refleja dependerán enteramente de factores que son culturalmente específicos al grupo SPG. La idea de la ‘confianza’ asume que el productor individual tiene un compromiso con la protección de la naturaleza y la salud de los consumidores a través de la producción orgánica.

## ACTIVIDADES

Entre las principales actividades se realizaron visitas a 4 agroecosistemas (uno de café y 3 de hortalizas) a lo largo de 4 meses; todas se hicieron en compañía del comité de visita (una persona de LU'UM, un consumidor y un productor del Mercado El 100). Durante estos recorridos fue posible observar diferencias entre productores, en los aspectos socioeconómicos, capacidades de producción, técnicas que implementan para producir de manera orgánica y estrategias para la comercialización de estos productos.

De esta manera, en las visitas se consideró evaluar las estrategias productivas de los productores agrícolas del Mercado El 100 mediante los criterios y valores que se manejan dentro del (SGP). Dicha evaluación sirvió para dar sugerencias y hacer mejoras en sus técnicas y mejor manejo a sus zonas de producción.

Estos recorridos por las parcelas y terrenos de los productores permitieron: observar y llevar a cabo entrevistas informales respecto a las prácticas y técnicas productivas, para saber si cumplen con el SGP. Al mismo tiempo se llenaron las Fichas de visitas que contiene los cinco valores del Mercado el 100 a inspeccionar bajo las variables, **justo, limpio, local, sano y rico**, que conforman el proceso productivo (Cuadro 2).

En esta ficha, se registraron datos generales como: nombre del visitante; unidad de producción; superficie de la (s) parcela (s) y sistema de producción entre otros. Se abordaron criterios socio-económicos como: quienes participan durante el proceso productivo; terrenos con los que colindan las parcelas; si cuenta con animales de granja; si han recibido algún tipo de capacitación para producir de manera orgánica; si cuenta con instalaciones sanitarias; que manejo se le da a los desechos sólidos y no biodegradables que se generan en la parcela, etc.

Los criterios para la evaluación del proceso productivo tuvieron que ver con variables ambientales y de eficiencia productiva. Se registraron: las técnicas de labranza; conservación de suelos; fertilidad del suelo; recurso hídrico, (origen del agua con la que se riega), sistemas de riego, diversidad dentro de la parcela, práctica de siembra, manejo de plagas y enfermedades y el manejo de malezas.

La ficha utilizada para la evaluación de estrategias y técnicas productivas de la mayoría de los y las productoras del mercado, representó un paso importante dentro del proceso de certificación de los productos agrícolas ya que se tomaron como base los requisitos generales de la IFOAM.

## OBJETIVOS Y METAS ALCANZADOS

Se logró cumplir el Objetivo General y los Objetivos Particulares mediante las visitas realizadas en forma y tiempo a cada uno de los productores, así como los productos generados, lo cual garantizó a los consumidores y compañeros productores que los productos que se venden en el mercado cumplen con los valores del Mercado el 100.

- ✓ Se coordinaron 4 Comités de Visita para evaluar el SGP.
- ✓ Se organizaron y realizaron 4 visitas a las unidades de producción. La primera fue de Café en Hidalgo, hortalizas en Hidalgo, hortalizas en Valle de Bravo y otra de hortalizas en Texcoco.
- ✓ Se realizaron las recomendaciones pertinentes a los productores para resolver sus “puntos a mejorar”, además se les facilitaron formatos de ejemplo para Bitácoras, fichas de productos y catálogo de proveedores.
- ✓ Se elaboró una tabla para el seguimiento de visitas e identificación del estado de avance de cada productor.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De las cuatro zonas de producción, una de café y 3 de hortalizas, dichas visitas tienen por objetivo verificar que la manera de producir y de procesar los alimentos, correspondan a las formas y los valores del Mercado el 100 y de su Sistema de Garantía Participativa, para poder dar o no el sello del SGP. Solo uno de los cuatro productores no logró obtener su sello.

Producción de café en la sierra de Hidalgo	
Valores	Observaciones a mejorar
Justo	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falto entregar bitácora de producción, comprobantes de insumos.</li> <li>➤ Faltan etiquetas con información del producto final.</li> </ul>

Limpio	➤ Falta limpiar el terrenos porque se encontró con mucha maleza
Local	➤ Sin observaciones
Sano	➤ Sin observaciones
Rico	➤ Sin observaciones
<b>SI RECIBIO SU SELLO DE (SGP)</b>	

Cuadro 3. Unidad de producción de “Café comuna”.

Recomendaciones: Programar las visitas siguientes en temporadas donde se pueda ver el proceso de producción y transformación del café, ya que esta vez sólo se vio la huerta. Es necesario realizar acompañamiento para la elaboración de bitácoras, fichas técnicas y catálogo de productores en caso de que el productor no tenga estos documentos. Para la próxima visita ver la posibilidad de quedarse, por el largo camino, de esta manera se podrá hacer la visita más extensa, ir a lugares que no se han visitado por ejemplo donde germina su propia semilla (vivero), al sitio de almacenamiento, tostado y molido del café para que no existan dudas en la forma de producción del mismo.

Motivo de la entrega del sello: Posteriormente a la visita el productor entrego y mando los documentos faltantes (bitácora de producción y comprobantes de insumos, por lo que se considera que puede seguir vendiendo sus productos ya que no hubo faltas graves a los valores del mercado. Por lo que no se observaron faltas graves a los valores del Mercado.

“Rancho la Pausa” producción de Hortalizas en Valle de Bravo	
Valores	Observaciones a mejorar
Justo	➤ Según las Normas Básicas de la Agricultura Ecológica IFOAM. En todas las operaciones de producción y procesamiento, los trabajadores deben contar con una protección adecuada.
Limpio	➤ Utilizar materiales de empaque que sean biodegradables, reciclables o reciclados
Local	➤ Sin observaciones
Sano	➤ Sin observaciones
Rico	➤ Sin observaciones
<b>SI RECIBIO SU SELLO DE (SGP)</b>	

Cuadro 4. Unidad de producción de “Rancho la Pausa”

El motivo de la entrega del sello es porque no se identificaron faltas a los valores del mercado ya que durante la producción no son empleados insecticidas, químicos



sintéticos, ni sustancias tóxicas. Utilizan Diatomeas para la fertilización, este compuesto también lo utilizan para combatir plagas sin dañar las plantas, a los animales o personas, no siendo tóxico ni dejando ningún tipo de residuos en los frutos; otro tipo de fertilización que utilizan es por medio de composta de caballo y humus. Usan las barreras naturales, rotación de cultivos, trampas, producen lombricomposta, harinas de rocas, caldos y trampas. Cabe mencionar que este productor esta por certificarse mediante Certimex. Por lo que no se observaron faltas graves a los valores del Mercado.

“Sembradores Urbanos” producción de hortalizas en Texcoco	
Valores	Observaciones a mejorar
Justo	➤ Faltó información sobre la composición de los productos, etiquetas y catálogo de proveedores.
Limpio	➤ Necesita reubicar los desechos generados ya que están cerca de los cultivos. ➤ Reciclar y reutilizar sus desechos lo más posible.
Local	➤ Sin observaciones
Sano	➤ Sin observaciones
Rico	➤ Sin observaciones
<b>SI RECIBIO SU SELLO DE (SGP)</b>	

Cuadro 5. Unidad de producción de “Sembradores Urbanos”.

El motivo por el cual se les entrego el sello fue porque lleva muy bien sus procesos y manejo de producción. En la entrada de cada invernadero se coloca una solución neutralizante, en la que las personas deben mojar las suelas de sus zapatos antes de ingresar, a fin de minimizar la transferencia de organismos no deseados al ambiente en control. Camas de producción preparadas con tezontle, hojarasca, resto de carbón y aserrín. Aplica biofertilizantes que son productos a base microorganismos benéficos (bacterias y hongos), que viven asociados o en simbiosis con las plantas y ayudan a su proceso natural de nutrición, además de ser regeneradores de suelo. También utilizan la fertirrigación que es una técnica que permite la aplicación simultánea de agua y fertilizantes a través del sistema de riego. Por lo que no se observaron faltas graves a los valores del Mercado.

“Vergel Orgánico” producción de hortalizas en Hidalgo	
Valores	Observaciones a mejorar

Justo	➤ En esta visita en realidad no se vio gran variedad de productos o al menos una producción suficiente y constante para cubrir la demanda que tiene cada domingo en el Mercado el 100.
Limpio	➤ Este productor adquiere productos de otras zonas de producción que no son propiedad e “Vergel Organico” y mercado el 100 no estaba enterado de dicha práctica por lo que no puede garantizar la calidad de esos productos, ni saber si son libres de agentes contaminantes.
Local	➤ No debe llevar productos que no sean de su zona de producción y menos si no cumplen el requisito de los 160 kilómetros.
Sano	➤ Derivado a que la mayoría de los productos no son de la producción de “Vergel Orgánico” no se puede garantizar que no usan químicos de síntesis ni sustancias tóxicas.
Rico	➤ Vergel comenta que tiene estos productos: naranja, jengibre, perejil, hierbabuena, xoconostle, frijol, limón, betabel, huevo, tamarindo, nuez, albahaca, zanahoria, tomate, papa, aguacate, rábano, carambola, col. Mientras que solo pudimos ver: naranja, xoconostle, frijol, limón real, mandarina y frijol a poca escala.
<b>NO RECIBIO SU SELLO DE (SGP)</b>	

Cuadro 6. Unidad de producción de “Vergel Orgánico”.

Durante su visita no se vio gran variedad de productos ni la suficiente producción como para poder vender cada domingo. Fuimos a (Atotonilco) que era donde se encontraba mayor parte de su producción, no logramos ver todos los productos que llevaba al mercado, porque la mayoría no eran de Vergel y la otra fue que por falta de tiempo no logramos ver toda la producción aunque la que logramos ver fue a muy poca escala causando dudas de la producción. Es importante y necesario que la mayor parte de producción sea de “Vergel Orgánico” y no se complemente con la de otros productores para su abastecimiento en el mercado. Hay varios productores dispuestos a asesorar y/o apoyar a Vergel para que tenga su propia producción. Por lo que no se observaron faltas graves a los valores del mercado.

## DISCUSIÓN

A partir del trabajo desarrollado en la investigación, se encontró que la experiencia del “Mercado el 100” representa un importante espacio alternativo en donde se están construyendo nuevas estrategias de comercialización, producción local y red social.

Estos nuevos espacios comerciales son medios y expresión directa de la cooperación entre individuos con intereses coincidentes. Estas formas de interacción son importantes, ya que la experiencia del Mercado el 100 se coloca como un esfuerzo alternativo a la visión globalocéntrica del desarrollo, en el sentido de construir nuevas formas de producción, interacción y realidades más allá de la lógica convencional de un Tianguis.

El Mercado El 100, por tanto se constituye como una propuesta que resignifica los procesos de comercialización al incluir criterios de manejo de recursos, desarrollo, salud alimentaria, comercio justo, participación social, educación, concientización y producción local frente a las formas convencionales de comercio, lo cual coincide con

lo mencionado por Espinoza *et al.*, (2007), cuando señalan que la agricultura orgánica es una estrategia de desarrollo que trata de cambiar algunas de las limitaciones encontradas en la producción convencional y que más que una tecnología de producción, es una estrategia de desarrollo que se fundamenta no solamente en un mejor manejo del suelo y un fomento al uso de insumos locales, sino también en un mayor valor agregado, una cadena de comercialización más justa, una participación social y de concientización (Espinoza *et al.*, 2007).

Esto nos lleva a generar una confianza mutua entre productores y consumidores que se concreta en la venta del producto sin intermediarios y de forma justa para el consumidor y el productor ya que el Comercio Justo se caracterizaba por contactos personalizados, pero con el afán de abarcar las reglas institucionales que generaran confianza, pero el sistema lo fue haciendo más abstracto e impersonal (González, 2002); sin embargo, se ha vuelto a personalizar con las iniciativas locales de Comercio Justo y sin intermediarios.

A manera de reflexión se piensa en el equilibrio entre la eficacia comercial y el origen del Comercio Justo, la meta ha sido crear opciones que promuevan el desarrollo local de las sociedades rurales en México, tal como lo mencionan (Doppler y González, 2007). Esto se está llevando a cabo gracias a algunas iniciativas locales que han venido surgiendo como comida sana, apoyo a pequeños productores locales y el Círculo de Producción y Consumo Responsable, así como las iniciativas que se han hecho en el Mercado el 100 como:

- La comercialización directa entre los productores y los consumidores (comercio justo).
- La promoción de la certificación participativa para mejorar el proceso productivo, generar condiciones de confianza y regular los productos que se venden en el Mercado.
- La generación de espacios de educación y concientización sobre la problemática ambiental.
- La consideración de la producción local como base para la disminución de costos de transporte y gasto de combustibles.

Entre otras actividades, durante los seis meses que se colaboró con el mercado se logró entre semana, integrar y elaborar las Fichas de Visita que se aplicarían en las visitas de las cuatro zonas de producción faltantes; actualizar los formatos como hojas de ventas, actualización de base de datos y listado de productos por temporadas esto para tener una mejor organización e información de los insumos con que cuenta el mercado y llevar a cabo una mejor logística y disposición de la información en los días domingos en el mercado.

Se apoyó a la coordinación de Mercado el 100 en la operación y logística del mercado a través del trabajo semanal y durante el mercado, se aseguró el ingreso para los productores, la venta directa y el ingreso real y neto para ellos, así como un lugar de consumo responsable para los consumidores, un espacio donde realizar sus compras semanales al mismo tiempo que conviven con personas con intereses similares, reforzando vínculos con los vecinos y la comunidad.

## CONCLUSIONES

Se dio seguimiento al Sistema de Garantía Participativa (SGP) que tiene únicamente una validez interna para el Mercado el 100 y los consumidores, esto ayuda a encaminar al productor en caso de que quiera Certificarse por alguna agencia para así poder denominarse ORGÁNICO, en cambio serían denominados como ecológicos, sustentables, amigables con el medio ambiente, etc. Conforme a esto se realizaron cuatro visitas a la zona de producción de los productores, tres de hortalizas y uno de café con el objetivo de que pudieran vender en el mercado el 100, verificar sus zonas de producción garantizando que cumplieran con los valores del Mercado el 100 y dar el sello de (SGP). Se coordinaron cuatro comités de visitas que se conformaron mínimo por un productor que ya vende en el mercado, un consumidor y una persona representante de LU'UM con quienes se inspeccionaron las 4 zonas de producción antes mencionadas. Se logró identificar que 3 productores cumplían con los valores del mercado. Vergel Orgánico ubicado en el estado de Hidalgo no los cumplía, por lo que fue dado de baja temporal en lo que hacía las mejoras señaladas. Esto se pudo lograr gracias a las Fichas de Visita que se elaboraron con anterioridad para ser entregadas a cada integrante del comité, indicando las faltas con una cruz, mismas que se señalaron al productor en el reporte correspondiente. Al término de las visitas se realizó un informe para cada productor visitado, el informe está basado en la calificación de las fichas de visita de SGP mismas que fueron llenadas por cada integrante quien conformó la inspección, en este informe se les dieron las recomendaciones pertinentes a los productores para resolver sus “puntos a mejorar”, además se les facilitaron formatos de ejemplo para Bitácoras, fichas de productos y catálogo de proveedores, pues es donde más problemas tenían aunque no era una falta grave como para ya no vender como fue caso de Vergel Orgánico.

Gracias a estas inspecciones el mercado aumenta su credibilidad haciendo saber a los consumidores que los productos que se venden en el Mercado el 100 cuentan con una buena certificación participativa por parte de la organización y que se hace cumplir el reglamento y los valores internos del Mercado el 100.

## RECOMENDACIONES

Es importante ir profesionalizando el trabajo del SGP así como cada trabajo de cada uno de los productores que forman parte del Mercado.

Desde la creación de Mercado el 100, en varias ocasiones algunos consumidores han preguntado a las coordinadoras del mercado cómo pueden saber con seguridad que los productos allí ofrecidos son orgánicos? al respecto, podría pensarse en hacer una actividad de visitas de estas personas interesadas a las áreas de producción para que de alguna manera certifiquen el manejo que se les da a los productos que compran y consumen. Dado los altos costos de una certificación orgánica de agencia, la mayoría de los productores no puede financiarla e incluso algunos no tienen interés en tenerla. Adicionalmente, Lu'um, la asociación que creó el mercado, tiene que seguir buscando y creando espacios para más productores y generar un mayor impacto en la sociedad así como seguir con las iniciativas de alternativas de consumo y de relación productor-consumidor. En consecuencia, la asociación debe seguir profesionalizando e ir mejorando su SGP para dar confianza a los consumidores. Todo esto se puede realizar con un trabajo conjunto entre los productores y preferiblemente con la participación también de consumidores y profesionales. El artículo 24 de la Ley de Productos Orgánicos valida la certificación participativa para la comercialización de productos orgánicos de consumo local. La certificación participativa es menos costosa y más flexible que la certificación de agencia pero, es también un proceso largo y complejo que requiere el compromiso constante de todos los actores involucrados para poder funcionar.

## BIBLIOGRAFÍA

- Altieri, Miguel A. 1999. The ecological role of biodiversity in agroecosystems. In: Agriculture, Ecosystems and Environment 74(1-3): 19-31.
- Bachmann J. 2002. Farmer's Markets. Marketing and Business Guide ED. ATTRA.USA. En: <http://attra.ncat.org/attarpub/farmmrkt.html> Revisado: Enero, 2014.
- Beltrán M.F.A., E.F.H. Ruiz, L.L. Fenech, S.S. Zamora, R.J. Loya, R.J.M. Lozano.,C.I. Orona, S.E. Salazar, O.J.D. Duarte. 2009. Los abonos verdes y sistemas de labranza en la agricultura orgánica de Baja California Sur, México. C.I. Orona, S.E. Salazar. Dgo. México. 504-508
- Brown C. y Miller S. 2008. "The impacts of Local Markets: A review of research on Farmers Markets and Community Supported Agriculture (CSA). Amer. J. Agr. Econ. 90 (5): 1296 – 1302.

- Doppler y González. 2007. El comercio justo: Entre la institucionalización y la confianza. Vol 38, No 149. en. <http://revistas.unam.mx/index.php/pde/article/view/7658/7147>. Revisado en Enero del 2014.
- Espinoza V.J.L., E.A. Palacios, S.N. Ávila, T.A. Guillén, P.R. De Luna, P.R. Ortega y A.B. Murillo. 2007. La ganadería orgánica, una alternativa de desarrollo pecuario para algunas regiones de México. Una revisión. INCI 32 (6): 385-390.
- FAO (food and Agriculture Organization of the United Nation). 2007. Land evaluation. Towards a revised framework. Land and wáter discussion paper 6 Rome, FAO. 124p
- Gonzales, Alba. 2011 Historias varias: un viaje en el tiempo con los agricultores mexicanos. Mexico, Universidad Iberoamericana, pp 105-107
- Gomez T.L. y Gómez, C. M. A. 2004. La Agricultura Orgánica en México: un ejemplo de incorporación y resistencia a la globalización. En: <http://en.scientificpmon.org/1544725> Revisado: Mayo, 2014.
- Gómez C.M.A., R.R. Schwentesius y L.T. Gómez. 2006. Agricultura Orgánica en Mexico. En: Agricultura Orgánica de México. Ed. CIESTAAM-UACH, CONACYT, SAGARPA , RAPAM, Falls Brook Centre, Soyitz. México. 85-87 pp
- Gómez A.R., J.G. y N.J.A. León. 2008. Producción de frijol (*Phaseolus vulgaris* L.) y de rábano (*Rhabanus sativus* L.) en huertos biointensivos en el trópico húmedo de Tabasco. Universidad y Ciencia 24 (1): 11-20.
- IFOAM, 2013. Normas de IFOAM para la producción y el procesamiento orgánico en: <http://www.ifoam.org/en/organic-landmarks/principles-organic-agriculture>. Revisado: Enero 2014.
- Mauleón, José R., y Marta Rivera. 2009. Consumo alimentario sostenible para la agricultura del siglo XXI, 38:53-61
- Perfecto, Ivette, John Vandermeer, and Richard Levis. 2010. The agroecological matrix as alternative to the land-sparing/agriculture intensification model. In: Proceedings of the National Academu of Sciences of the United States of America. Pags 786-791.

- Riquer, F. 2001. Mujer, género y pobreza: estado de la discusión en los noventa. En: Luis Gallardo y Joaquín Osorio (coords.). Los rostros de la pobreza, Tomo II, UIA- Linusa. México. Págs. 195-243.
- Salgado, Raquel. 2015. Agricultura sustentable y sus posibilidades en relación con consumidores urbanos. In: Estudios Sociales. Pag 113-140.
- Sociedad Americana de AGRICULTURA. 1989. Decision reached on sustainable ag. In: Agronomy News. Enero, Madison, Wisconsin. 15p.