



MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS



REDES
ALIMENTARIAS
ALTERNATIVAS
EN LA REGIÓN OCCIDENTE DE MÉXICO

REALT

PROGRAMA DE ECONOMÍA SOLIDARIA
COORDINACIÓN DE PROGRAMAS DE INCIDENCIA SOCIAL



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara
Coordinación de Programas
de Incidencia Social



CONACYT
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología



MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS



REDES
ALIMENTARIAS
ALTERNATIVAS

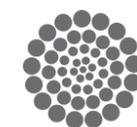
REALT

EN LA REGIÓN OCCIDENTE DE MÉXICO

PROGRAMA DE ECONOMÍA SOLIDARIA
COORDINACIÓN DE PROGRAMAS DE INCIDENCIA SOCIAL



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara
Coordinación de Programas
de Incidencia Social



CONACYT
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología



AGRADECIMIENTOS

CONACYT

El presente manual forma parte del proyecto apoyado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT): “Redes Alimentarias Alternativas como respuesta en los sistemas agroalimentarios locales para atender riesgos en el acceso a alimentos”. Dicha investigación fue realizada en el marco de la convocatoria CONACyT “Apoyo para proyectos de investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación en salud ante la contingencia por COVID-19”, a quien extendemos nuestro agradecimiento por la ayuda otorgada.

ITESO

Agradecemos al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), al doctor Luis Arriaga, S.J., Rector de la universidad; a la Dirección de Integración Comunitaria, encabezada por el doctor Jorge Enrique Rocha Quintero, y a la Coordinación de Programas de Incidencia Social (COINCIDE) que tiene al frente al maestro Efraín Jiménez Romo, por el apoyo otorgado para el desarrollo de esta investigación.

Coordinación:

Rodrigo Rodríguez Guerrero

Equipo de colaboradores:

Carlos Bauche Madero

Eric Rosalío Alvarado Castro

Everardo Pérez Cárdenas

Gregorio Leal Martínez

Iris Lilian Ruíz Montes

Jorge Federico Eufracio Jaramillo

Lluvia Marisol Medina Fernández

Mauricio Montoya

Roberto Paulo Orozco Hernández

Cuidado de la edición:

Lluvia Marisol Medina Fernández

Diseño de portada, diagramación

y corrección de estilo:

ESTUDIO TANGENTE, SC

Proyecto apoyado por el CONACyT.

DR © Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores
de Occidente (ITESO)
Periférico Sur Manuel Gómez Morín 8585, Col. ITESO,
Tlaquepaque, Jalisco, México, CP 45604.
publicaciones.iteso.mx

Impreso y hecho en México.

Printed and made in Mexico.

CONTENIDO

6	PRÓLOGO	38	LA CRUZ MARKET
8	INTRODUCCIÓN	40	RED DE GUARDIANAS Y GUARDIANES DE SEMILLAS DEL OCCIDENTE DE MÉXICO
12	METODOLOGÍA	42	CONSERVACIÓN DE MAÍCES NATIVOS DE NAYARIT
14	FICHAS DE CATEGORÍAS	44	EL JILOTE MERCADO AGROECOLÓGICO
15	DISTRIBUIDORES / CONSUMIDORES	46	CASA VERDE
17	GRUPOS DE PRODUCTORES	48	CONCLUSIONES
19	HUERTOS URBANOS	51	PRINCIPALES IMPACTOS EN LAS INICIATIVAS, CON LA APARICIÓN DE LA ENFERMEDAD COVID-19
21	MERCADOS Y TIANGUIS	56	CARACTERÍSTICAS DE LAS CATEGORÍAS QUE INTEGRAN A LAS INICIATIVAS DE LAS REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS
23	PRODUCCIÓN FAMILIAR (AGRICULTURA FAMILIAR)	59	CONCEPTOS CLAVE
25	REDES DE SEMILLAS	67	BIBLIOGRAFÍA
27	SISTEMAS PARTICIPATIVOS DE GARANTÍA (SPG)	71	DIRECTORIO
29	TIENDAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS		
31	FICHAS DE INICIATIVAS		
32	COOPERATIVA DE CONSUMO CONSCIENTE MILPA		
34	RED ALTERNATIVA SOLIDARIA (RASOL)		
36	HUIZACHE		



PRÓLOGO

Este manual es resultado de la investigación “Redes Alimentarias Alternativas como respuesta en los sistemas agroalimentarios locales para atender riesgos en el acceso a alimentos”, la cual fue posible realizar gracias a la ayuda otorgada por CONACyT, en el marco de la convocatoria de “Apoyo para proyectos de investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación en salud ante la contingencia por COVID-19”, a quien extendemos nuestro agradecimiento por el apoyo recibido.

El trabajo retoma la experiencia de diversas iniciativas que funcionan como Redes Alimentarias Alternativas en la región Occidente de México, en concreto de los estados de Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit. Agradecemos a cada una de las y los representantes e integrantes de estas redes, con quienes establecimos contacto y aceptaron participar en esta investigación. En este documento el lector encontrará un acercamiento a dichas iniciativas que comparten sus formas de generar red, sus principales aportes para atender la crisis actual en el tema alimentario; así como su potencial para llevar sus aprendizajes y contribuciones, hacia nuevas formas de relacionarnos. Para ello, se consideran los aportes de los estudios de las Redes Alimentarias Alternativas, la Economía social y solidaria, los Circuitos cortos de comercialización, los Sistemas agroalimentarios, y el enfoque del Derecho humano a la alimentación adecuada.

Las y los diferentes actores que las conforman, nos han permitido conocer e integrar información relevante en cuanto a su ubicación geográfica, sus áreas de alcance aproximadas y formas de operar. Este mapa regional de datos, nos ayudó a construir un directorio actualizado, sumamente útil para establecer contacto directo e imaginar posibles formas de colaboración. En este sentido, como primeros resultados, hemos logrado generar vías de comunicación entre algunas de las iniciativas.

Por otra parte, este conjunto de información nos permite comprender de mejor manera, sus problemáticas y sus potencialidades ante el contexto de crisis generado por el virus SARS Cov-2 causante de la enfermedad COVID-19; a fin de pensar de manera conjunta, estrategias que permitan fortalecer su capacidad de respuesta ante eventos futuros. Los datos sistematizados nos hablan de acciones que hemos identificado como buenas

prácticas en este tipo de iniciativas; por tanto, se integran y se destacan en este manual.

Reconocemos y agradecemos al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), al doctor Luis Arriaga S.J., Rector de la universidad; a la Dirección de Integración Comunitaria, encabezada por el doctor Jorge Enrique Rocha Quintero, a la Coordinación de Programas de Incidencia Social (COINCIDE) que tiene al frente al maestro Efraín Jiménez Romo; por todas las facilidades para realizar esta investigación.

De la misma manera agradecemos a los investigadores de ITESO, Gregorio Leal Martínez (CIFOVIS), Jorge Federico Eufracio Jaramillo (CIFOVIS), Roberto Paulo Orozco Hernández (DPES). También reconocemos al equipo de colaboradores que se han sumado a la investigación: Carlos Bauche Madero, Lluvia Marisol Medina Fernández, Eric Rosalío Alvarado Castro, Iris Lilian Ruíz Montes, Everardo Pérez Cárdenas y Mauricio Montoya; cuyas aportaciones han sido muy valiosas para llevar a cabo este trabajo.

En congruencia con la formación de redes y colaboración, queremos agradecer a la doctora Josefina Cendejas, de la Universidad Michoacana de San Nicolás Hidalgo, y a su equipo, en la investigación *Estrategias colaborativas para el for-*

talecimiento y articulación de prácticas agroalimentarias de las economías popular-social/solidarias, para enfrentar la crisis y poscrisis por COVID-19 en municipios del Centro-Sur-Sureste y Occidente de México. Con todas y todos ellos, encontramos afinidad y una valiosa labor conjunta.

En conclusión, las personas interesadas podrán apreciar en este documento, una referencia actual y cercana de las Redes Alimentarias Alternativas que ya existen, y de aquellas que se están construyendo en la región occidente de México. Sirva este manual para presentar buenas prácticas que han permitido el surgimiento de estas experiencias, su mantenimiento y sus distintos aportes para responder a diversas crisis; tan próximas como la derivada por la enfermedad COVID-19.

Esperamos que este sea un instrumento de utilidad para generar una mayor integración entre redes, incentivar nuevas iniciativas organizadas, así como sumar a otras y otros actores con quienes colaborar.

Atentamente

Dr. Rodrigo Rodríguez Guerrero
Coordinador Técnico del Proyecto
Programa de Economía Solidaria-

COINCIDE-ITESO



INTRODUCCIÓN

Mucho se ha hablado de las múltiples crisis ambientales, sociales, económicas, éticas y con suma relevancia actual, de salud. La manifestación rápida e inesperada de la crisis sanitaria que estamos viviendo, nos ha llevado a cuestionarnos como nunca, las acciones y las omisiones que, en buena medida, han originado y mantenido algunas de las consecuencias que hoy vemos con gran sorpresa.

Los efectos de la crisis de salud ocasionada por la enfermedad COVID-19, ponen en evidencia la relación sistémica entre ésta y otras problemáticas agudas. Sus repercusiones han tendido pronta y clara manifestación en el ámbito económico, ecológico y alimentario; muestra de ello es que, ante la rápida expansión del virus SARS Cov-2 a nivel mundial, diversos organismos han alertado sobre el peligro que representa para la seguridad alimentaria (FAO & CELAC, 2020). Sobre todo, al considerar la probabilidad de que las cadenas de suministro de alimentos e insumos para la producción, se vean interrumpidas; agravándose esto, si se alargara la pandemia en su fase activa.

Tal posibilidad desencadenó diversas manifestaciones sociales, una muy divulgada por algunos medios de comunicación, mostraba a una gran cantidad de personas haciendo largas colas en los supermercados en busca de víveres, ante una probable escasez de los mismos. Sabiendo que esos lugares no son las únicas vías de acceso a los alimentos, y que otras formas de comercialización se están viendo comprometidas en tan difícil contexto (mercados locales, tianguis, pequeñas tiendas de abarrotes), ¿qué otras alternativas surgen ante esta situación problemática? Aquí sugerimos que las Redes Alimentarias Alternativas tienen algunas respuestas que buscan coadyuvar en su atención.

Según estimaciones publicadas por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés), cerca de 690 millones de personas en el mundo padecen hambre, con riesgo de que la pandemia generada por la enfermedad COVID-19 pueda añadir entre 93 y 132 millones de personas más (FAO, 2020b). Por otro lado, la producción de alimentos frescos y su distribución, aumenta la posibilidad de acceso y consumo de frutas y hortalizas; de las cuales, la FAO

y la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomiendan consumir al menos 400 gramos diarios. Sin embargo, las condiciones desfavorables para que esta cadena marche adecuadamente, puede provocar el aumento en el consumo de alimentos que únicamente cubran las necesidades energéticas, pero con altos contenidos de azúcares, sal, grasas o almidones, en detrimento de una buena salud y alimentación. Cabe resaltar que en Latinoamérica y el Caribe, existen 42.5 millones de personas que carecen de la cantidad suficiente de nutrientes para una vida sana y activa (FPH, 2020).

Sin bien, la asequibilidad a dietas saludables pasa por un largo camino en la cadena de suministro de alimentos, deben considerarse también factores políticos, técnicos y culturales, entre otros, para que una persona garantice su derecho a una alimentación adecuada, nutritiva, de calidad y suficiente; acorde a las necesidades dietéticas de cada grupo poblacional, y su contexto sociocultural (HLPE, 2017). Vemos en las propuestas aquí presentadas, iniciativas en distinto grado de madurez y con miradas coincidentes en lo local, algunas vías posibles para alcanzar estos requerimientos.

En el contexto particular causado por la enfermedad COVID-19, los posibles riesgos que la FAO ha advertido respecto a la seguridad alimentaria, consideran las consecuencias ante las medidas tomadas por algunos países para evitar la propagación del virus. Estas incluyen el cierre de fronteras y periodos de cuarentena, obligando

al paro de la producción o la interrupción de las cadenas de insumos necesarios (FAO, 2020a). Aunque la disponibilidad de alimentos aún no está en peligro, sí ha habido grandes dificultades de tipo logístico; sobre todo en el traslado desde los sitios de producción, al lugar de compra por el consumidor final, complicándose más en las cadenas globales.

Por otro lado, si la pandemia y sus efectos se prolongan en el tiempo, podría ejercerse mayor presión hacia los pequeños productores y aumentarse las medidas sanitarias difíciles de atender. Los consumidores finales, tienen riesgo de modificar o disminuir su dieta, debido a una pobre oferta en la variedad de productos de alto valor alimenticio, generando que aparezcan o se acentúen distintos problemas de salud, por la falta de nutrientes necesarios para fortalecer el sistema inmunológico ante una enfermedad. Aunque las primeras afectaciones son en la salud, es de esperarse que las medidas de distanciamiento social, trabajo a distancia, suspensión de eventos masivos y centros educativos, además de largas cuarentenas y cierres de fronteras en algunos países; traerán como consecuencia la aparición y agudización de otras crisis, entre ellas, la alimentaria.

De ahí que planteemos la necesidad y pertinencia de la investigación "Redes Alimentarias Alternativas como respuesta en los sistemas agroalimentarios locales para atender riesgos en el acceso a alimentos", de la cual resulta el presente manual de buenas prácticas.

Dicha indagación tiene como objetivo general, comparar experiencias de redes alimentarias locales, que cuenten con un modelo de acceso a alimentos en circuitos cortos de comercialización dentro de sistemas agroalimentarios; con miras a conocer prácticas destacadas para beneficio de proyectos colectivos y de economía social y solidaria, que fortalezcan la economía local, el desarrollo y mantenimiento de empleo rural, la seguridad alimentaria y la disminución de riesgos ante contingencias ambientales y de salud.

Partimos de un principio básico refiriéndonos en todo momento a organizaciones y personas con quienes realizamos este trabajo, no a “objetos de investigación”; reconociendo sus trayectorias, motivaciones y formas de gestión, distintas y con aportes singulares. Entendemos que sus integrantes son sujetos políticos que han decidido abiertamente apostar y sumar a una forma de producción, distribución y consumo de alimentos libres de agroquímicos, que tienden a la horizontalidad en la toma de decisiones, con componentes éticos que las auto-regulan.

Para conocerlas se llevó a cabo un mapeo de experiencias a fin de ubicarlas. Sabemos de ante mano que, en los resultados no está presente la totalidad; sin embargo, es una muestra significativa de este tipo de alternativas. Con esta información se realizaron grupos focales y entrevistas con actores clave que mostraron las dificultades y los aportes de las organizaciones. Por último, conscientes de que existen correlaciones entre los territorios y sus geografías, se desarrolló un sistema de información geográfica

que generó distintos mapas, los cuales ayudan a visibilizar lo que sucede en los territorios y la complejidad de estas redes.

Entre los aportes que realiza este manual, encontramos:

- Una base de datos actualizada de organizaciones que forman parte de Redes Alimentarias Alternativas de la región occidente de México.
- Una fotografía que abarca personas y escenarios más allá de las áreas metropolitanas, saliendo del centralismo de las capitales para mostrar los que sucede en los municipios.
- Información geográfica que permite hacer correlaciones en los territorios.
- Una mirada al proceso vivo de las Redes Alimentarias Alternativas.
- Un deseo expreso de quienes integran las iniciativas, por encontrarse e intercambiar experiencias y saberes, para crecer y fortalecer sus apuestas comunes.

Las siguientes, son limitantes que hemos identificado en este trabajo:

- No se encuentran referenciadas todas las iniciativas detectadas, obedeciendo a diversas causas; algunas han decidido no participar, priorizando otras tareas internas.
- Queda pendiente la posibilidad de retratar detalladamente a cada organización que, por cuestiones de espacio y movilidad propias de la contingencia, no ha sido posible.

Finalmente, este manual contiene la información de **96 iniciativas ubicadas en cuatro estados del occidente del país: Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit**; organizadas en **ocho categorías**:

1. Distribuidores/Consumidores
2. Grupo de productores
3. Huertos urbanos
4. Mercados y tianguis
5. Producción familiar
6. Redes de semillas
7. Sistemas Participativos de Garantía
8. Tiendas de productos orgánicos

Las fichas de las Categorías y de las Iniciativas seleccionadas por Categoría, son el corazón de este manual, pues documentan las

experiencias y los saberes en torno a alternativas alimentarias, compartidas por las personas que participaron en este trabajo. Así, las conclusiones son el resultado del análisis de la información recabada, tanto en una lógica de red, como en el contexto de pandemia vivido durante el 2020.

Al final el lector encontrará un apartado con los conceptos clave utilizados a lo largo de este documento, que permitirá, a quien esté interesado, profundizar en los fundamentos teóricos que dieron origen a todo el proyecto. Por último, hallará la bibliografía o referencias en que nos hemos basado; los anexos con mapas que complementan los hallazgos encontrados, y un directorio con los datos de contacto de las iniciativas localizadas, que sirva para establecer comunicación con éstas.



METODOLOGÍA

La enfermedad de COVID-19 se ha caracterizado por lo impredecible de sus manifestaciones y evolución, siendo un reto al desarrollar la propia investigación. Para ello, fue necesario utilizar plataformas digitales, tanto para la recolección de información como para el encuentro y la reflexión colectiva con las organizaciones; además de la representación geoespacial.

Partimos de lo local, de los territorios y las iniciativas geográficamente cercanas, afines a los intereses de este trabajo y en muchos casos, con relaciones previas entre éstas y el ITESO. La proximidad con algunas experiencias, nos ayudó a generar un efecto de “bola de nieve”, que creció conforme fuimos conociendo a más personas y grupos interesados en participar. Para acercarnos a las iniciativas, como primera estrategia se realizó un mapeo en **Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit**, a través de cuestionarios electrónicos y en colaboración con algunas organizaciones, equipos académicos e instituciones públicas, con quienes compartimos visiones comunes.

Dichas alianzas permitieron desarrollar la metodología e instrumentos para levantar y sistematizar la información. Como resultado, se identificaron **96 iniciativas pertenecientes a Redes Alimentarias Alternativas** organizadas en **ocho Categorías**,¹ las cuales cuentan con una definición propia y consideran los actores involucrados, su actividad principal, sus formas de operación y características generales. Estas definiciones construidas con un interés analítico, nos han ayudado a comprender las experiencias que en ellas se engloban, conscientes de que no existen delimitaciones “puras” de sus tareas e interconexiones.

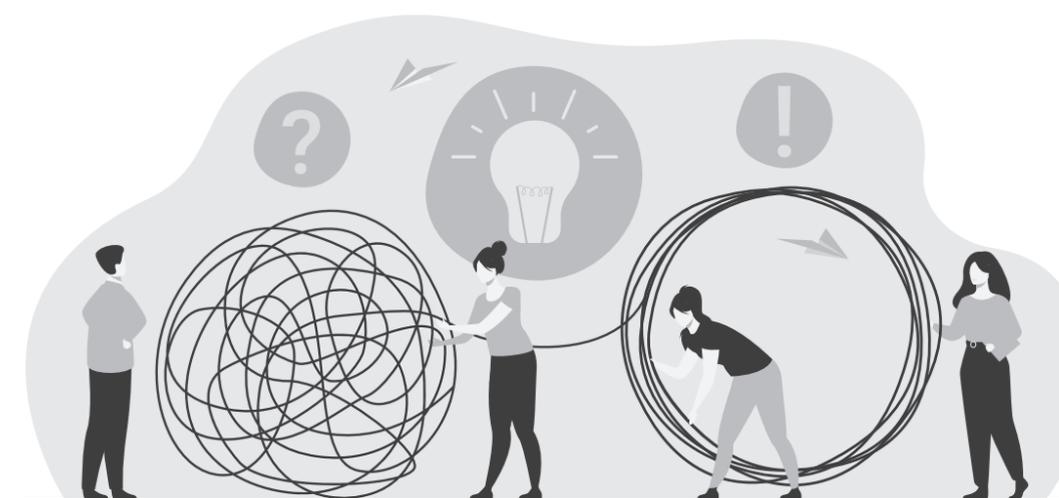
A partir de esta categorización surgieron actores clave para ser entrevistados individualmente o en grupos focales; para ello, se hicieron adaptaciones en plataformas digitales, evitando así traslados y aglomeraciones. Para complementar, se diseñó un sistema de información geográfica para entender mejor lo que sucede en los territorios donde operan las iniciati-

¹ Distribuidores/Consumidores, Grupo de productores, Huertos urbanos, Mercados y tianguis, Producción familiar, Redes de semillas, Sistemas Participativos de Garantía, y Tiendas de productos orgánicos.

vas, las cuales fueron georreferenciadas en mapas que nos ayudan a identificarlas y a imaginar posibles relaciones entre éstas.

Finalmente, este manual condensa lo compartido por las iniciativas a través de los cuestionarios de mapeo, las entrevistas y los grupo focales. Algunas de las experiencias se encuentran narradas con mayor detalle para ilustrar cómo se viven las Categorías. Buscando ser incluyentes, se han elaborado otros materiales digitales (vi-

deos, trípticos, manuales cortos), también producto de este proyecto de investigación, donde se da voz a otros grupos. Sin embargo, todas las organizaciones que lo permitieron, se recopilan tanto en los mapas, como en un directorio; haciendo referencia a ellas cuando nos han otorgado información clave. Quedará como tarea pendiente dar cuenta explícita de cada organización, esperando poder colaborar con ellas a través de las redes.





FICHAS DE CATEGORÍAS

Los hallazgos sobre las Categorías seleccionadas para hablar de Redes Alimentarias Alternativas, se presentan en una ficha que organiza la información de la siguiente manera:

Descripción y actividades principales de la Categoría, éstas se encuentran descritas con mayor detalle en el Glosario de conceptos de este manual.

Buenas prácticas, compilan qué han hecho a lo largo de su historia, las distintas organizaciones relevadas en cada categoría. Muestra qué les ha permitido llegar hasta donde están, profundizando en aspectos como: formas de gestión (toma de decisiones), roles (involucramiento de productores y consumidores), sostenibilidad (económica y organizativa), procesos de certificación (en caso de que cuenten con ellos), logística, canales de difusión, relaciones con otras tiendas (redes en general) y con consumidores finales.

Aportes sociales, muestra algunos beneficios que puede gozar la sociedad o grupos particulares, gracias al trabajo realizado en cada uno de los ocho ámbitos señalados.

Retos, señala las dificultades u oportunidades de mejora que comúnmente enfrentan las organizaciones o productores en el trabajo que realizan, o aquellas más sentidas, debido a escenarios particularmente difíciles.

Recomendaciones, se comparten ideas y recomendaciones que, desde la propia experiencia, pueden apoyar o guiar a otros grupos organizados o personas por su cuenta, que viven situaciones similares o quieren emprender el mismo camino.

Perspectiva a futuro, indica qué pasos podrían seguirse para construir un proyecto común a futuro en el trabajo realizado en cada categoría, según las condiciones particulares, oportunidades y retos, de las iniciativas que las conforman.

CATEGORÍA: DISTRIBUIDORES / CONSUMIDORES

DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES

Engloba grupos de personas organizadas que compran en común, de manera directa y periódica a productores, ayudando en la distribución de los productos. Los grupos se inician y gestionan por los mismos consumidores, que suelen comunicarse entre sí y conocer a los productores con quienes mantienen relaciones que pueden ir más allá de la compra-venta. Las comunidades de intercambio, consumo o distribución, son diversas; incluimos a quienes se organizan vía redes digitales, aquellos que generan canastas o paquetes de alimentos de entrega regular a sus miembros, y a los que facilitan la venta directa entre productores-consumidores.



“SISTEMATIZAR NUESTRA EXPERIENCIA NOS AYUDA A AVANZAR, Y AL COMPARTIRLA PODEMOS ANIMAR NUEVOS PROYECTOS”

ACTORES INVOLUCRADOS

- **Gestores o promotores de los grupos.** Impulsan la organización de procesos y recursos diversos.
- **Productores.** Ofrecen de manera directa sus productos.
- **Consumidores.** Acuden a los puntos de distribución o reciben los productos mediante el mecanismo acordado entre sí.

BUENAS PRÁCTICAS

- Vincularse con universidades, involucrar estudiantes, promover comercialización en éstas y ser caso de estudio académico.
- Iniciar con gente cercana, los lazos de amistad fortalecen la organización.
- Apoyo entre integrantes según su expertis (biólogos, nutriólogos, periodistas...).
- Consolidar confianza entre productores-consumidores, visitar a productores y realizar encuentros en los grupos.
- Ofrecer precios justos gracias a circuitos cortos de comercialización.
- Participar en distintos escenarios para visibilizar el proyecto y sumar integrantes.
- Diseñar herramientas digitales para facilitar procesos de demanda y entregas.
- Recibir y distribuir el mismo día, minimizando gastos.

APORTES SOCIALES

- Distribución de alimentos frescos y saludables para un sistema inmunológico fuerte, esto es fundamental en contexto pandemia.
- Los circuitos cortos de comercialización apoyan producción regional y disminuyen contaminación del transporte.
- Experiencia sistematizada que puede servir a nuevos grupos.

RETOS

- **¡Consolidarse!** Simplificar estructura y funcionamiento, aliarse entre iniciativas para fortalecer comercialización.
- **Con consumidores:** formación para valorar y diferenciar alimentos sanos, satisfacer demanda ante dificultades de producción.
- **Con productores:** mostrar beneficios mutuos de integrarse, generar confianza entre ellos (pueden mostrarse recelosos a compartir experiencias), detonar alianzas que potencien su trabajo.

RECOMENDACIONES

- **Iniciar compras organizadas comunes con personas cercanas afines**, después escalar en la búsqueda de productores.
- **Contar con suficientes productores**, localizar aquellos previamente organizados con quienes compartan visiones, garantizar productos sanos y saludables.
- **Diseñar catálogos digitales para difusión.**
- **Crear estrategias para cubrir gastos** si no hay efectivo o medios de pago electrónico.
- **Delegar tareas y sistematizar procesos.**

PERSPECTIVA A FUTURO

- Realizar encuentros para intercambiar experiencias, identificar retos comunes, generar nuevas ideas y contactos. Sistematizar experiencias para mejorar e inspirar nuevos proyectos.
- Crear un directorio actualizable de buenos productos, productores y prácticas, lugares y fechas de trabajo, para mejorar vinculación entre productores y consumidores.
- Dialogar con tomadores de decisiones para trabajar fortalecer la labor de estas iniciativas.

CATEGORÍA: GRUPOS DE PRODUCTORES

DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES

Son grupos formales e informales de campesinos, agricultores, productores y transformadores de alimentos. Pueden estar constituidos legalmente como cooperativas o sociedades de producción rural; relacionarse con estructuras como ejidos y comunidades indígenas y agrarias, o reconocerse desde la “informalidad legal” en redes, plataformas o articulaciones.

Promueven relaciones de cooperación ante necesidades colectivas. Pueden orientarse al desarrollo de capacidades técnico-productivas, organizativas o comerciales; al acceso de bienes y servicios, a la participación política (FAO, 2020) y al establecimiento de circuitos cortos de comercialización, junto a consumidores urbanos o a través de estrategias de comercio justo. Buscan construir conocimientos colectivos, en diálogo con la academia y en procesos de autoformación campesino a campesino. Son una estrategia para revalorizar la agricultura familiar y la recampesinización.



“LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA
 ES EL COSTO DE LA AUTONOMÍA”

ACTORES INVOLUCRADOS

- **Productores.** Agricultores, familias y organizaciones.
- **Asesores** y promotores vinculados a ámbitos técnicos y académicos de acompañamiento.
- **Aliados.** Agentes externos que participan esporádicamente o en actividades puntuales.

BUENAS PRÁCTICAS

- Generar vínculos fuertes a través de una organización vertical, enfoque *campesino a campesino* y permanencia de las organizaciones.
- Trabajar con enfoque de ganancia mutua productor-consumidor, aún con productos lejanos se han mantenido precios bajos.
- Presencia y trabajo en distintos municipios logró crear una red de comunidades que se multiplicó en otras redes y espacios.
- Logar solidaridad de otros hacia estas redes (bodegas con rentas bajas).

APORTES SOCIALES

- Redes de campesinos solidarias entre sí.
- Productores conscientes y preparados, gracias al intercambio de saberes y experiencias campesino–campesino.
- Alimentos sanos y a precios accesibles.

RETOS

- Sostenibilidad económica.
- Equilibrio entre aumentar ventas, ofrecer precios accesibles y sumar todos los costos.
- Adaptar una figura organizativa pensando las labores rurales, sin estructuras rígidas que impone la institucionalidad.
- Diversificar estrategias de trabajo para disminuir impactos de futuras crisis.
- Pensar relevo generacional, los jóvenes no participan en las organizaciones.
- Visibilizar importancia del trabajo campesino que continúa produciendo alimentos en condiciones adversas.

RECOMENDACIONES

- **Generar confianza y solidaridad** desde el trabajo de base largo y consciente
- Establecer **relaciones horizontales y respetuosas hacia los campesinos.**
- **Tener claros ideales, objetivos y sentido** de la experiencia.
- Generar **conciencia** sobre implicaciones de estas alternativas: alimentos sanos, cuidado del agua, de bosques, cultura y otra forma de relacionarse con el campo.
- **Fortalecer vínculos** con personal de la salud. *Un acierto en la lucha contra el glifosato en Argentina fue vincularse con médicos rurales.*
- Mostrar que el **Derecho a la alimentación** es parte los Derechos Humanos.

PERSPECTIVA A FUTURO

- Establecer un banco de tiempo donde sea posible adquirir alimentos con horas de participación.
- Articularse con profesionales de la salud y organizaciones de Derechos Humanos.
- Generar un mapa de proyectos y experiencias, ubicar dónde están y qué hacen para vincularse.
- Fortalecerse a través de encuentros, capacitaciones y asesorías mutuas.

CATEGORÍA:

HUERTOS URBANOS

DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES

Lugares donde se practica la actividad agrícola en las ciudades, ahí se gestan tres procesos interrelacionados: producción de hortalizas para autoconsumo, formación social en agroecología y educación ambiental, y reconstrucción del tejido social. Se sostienen por el trabajo de hombres y mujeres que construyen sentimientos de pertenencia y posesión a un territorio específico debido a la práctica agrícola, sin importar el tipo de tenencia del predio, ni su modo de administración. Quienes trabajan en ellos pueden ser vecinos, amigos o individuos que coincidieron en algún evento.



“LOS HUERTOS OFRECEN TRES ÁREAS DE OPORTUNIDAD: AUTOCONSUMO, FORMACIÓN AGROECOLÓGICA Y ESPACIOS DE RECONSTRUCCIÓN DEL TEJIDO SOCIAL”

ACTORES INVOLUCRADOS

- **Colectivos agrícolas urbanos:** Grupos de mujeres y hombres que practican la agricultura en los huertos urbanos (Pérez, 2020: pp. 12) y que, según el tipo de tenencia de los predios, co-gestionan o autogestionan las áreas productivas.
- **Autoridades gubernamentales:** Funcionarios municipales y/o estatales que administran, resguardan los espacios públicos.
- **Promotores de agricultura urbana:** individuos, OSC, universidades o centros de educación superior que promueven, de forma individual o en red, la creación de huertos urbanos; mediante capacitaciones, talleres, investigaciones o eventos de difusión.

BUENAS PRÁCTICAS

- Al interior: faenas o tequio genera amistades y fortalecen el grupo. Presencia en huerto y permanencia en el tiempo. Crear un banco propio de semillas.
- Al exterior: trabajar en red con otros huertos, alianzas con gobiernos municipales.
- Adecuar el proyecto a casas y huertos comunitarios.

APORTES SOCIALES

- Un huerto también puede atender temas de convivencia, no sólo alimenticios.
- Aumento de huertos para autoconsumo.
- El aumento de huertos urbanos puede minimizar crisis económica y alimentaria de la pandemia.

RETOS

- Salir de espacios particulares a públicos y sumar personas interesadas.
- Contar con capital y adaptar espacios con inversiones menores.
- Manejar los cultivos (retos técnicos) y encontrar asesoría experta (agroecólogos).
- Contar con una legislación de huertos urbanos que proteja uso de espacios y recursos.

RECOMENDACIONES

- **¡Persistencia!** Son procesos lentos y largos con dificultades en la producción.
- Familiarizarse con la colonia donde se instalen y crear una **identidad colectiva** para compartir la experiencia y convicción de que la sustentabilidad urbana es necesaria.
- **Claridad en objetivos, comunicación, roles e intereses personales** para mantenerse motivados.
- **Aprovechar disposición y curiosidad de niños y adolescentes** para involucrarles (combinar club de tareas con acciones del huerto), así como experiencia de personas mayores; valorar y reconocer su apoyo.

PERSPECTIVA A FUTURO

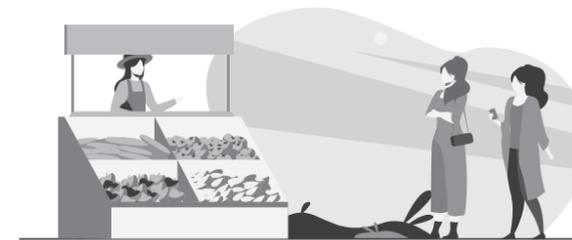
- Generar alianzas entre colectivos para fortalecerse e identificar necesidades comunes que puedan atenderse más fácilmente entre todos. Buscar marcos legales que les respalden.
- Involucrar a universidades, productores y tomadores de decisiones.
- Sistematizar experiencias y compartir procesos técnicos y sociales.
- Generar guías para realizar estos proyectos y un correo para resolver dudas puntuales.

CATEGORÍA:

MERCADOS Y TIANGUIS

DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES

Espacios físicos donde se dan intercambios directos entre productores, intermediarios y consumidores (que suelen ser urbanos). La venta supone un sobreprecio mediado por una lógica de comercio justo. Algunos realizan eventos, talleres u otras actividades culturales. Usualmente se comparten preocupaciones medioambientales, de salud, sociales y éticas sobre la producción y el consumo de alimentos. Pueden tener distintas expresiones y nombres: Mercados campesinos o de Productores Agrarios, hemos incluido "tianguis" por ser cercano al caso mexicano.



“SU OFERTA REPRESENTA LA DIVERSIDAD DE LA PRODUCCIÓN ALTERNATIVA: ORGÁNICOS, AGROECOLÓGICOS, ARTESANALES, HECHOS DE FORMA ANCESTRAL, CONVENCIONALES QUE BUSCAN TRANSITAR HACIA FORMAS SUSTENTABLES”

ACTORES INVOLUCRADOS

- **Gestores.** Organizan los mercados o tianguis y procuran su adecuado funcionamiento.
- **Productores.** Ofrecen de manera directa sus productos.
- **Consumidores.** Acuden a los mercados o tianguis a realizar sus compras.

BUENAS PRÁCTICAS

- ¡Persistencia! Para ganar un público fiel y no declinar por pocas ventas en temporadas bajas.
- Considerar cada iniciativa como experiencia viva, dinámica y flexible ante situaciones que pueden afectarles. Mantener buenas relaciones dentro, verse como familia ayuda en su cohesión.
- Articular actividades económicas, sociales y culturales para sumar consumidores.
- Integrar a productores locales y escuchar sus sugerencias.
- Dinamizar la comunicación y difundir actividades por redes sociales.

APORTES SOCIALES

- Comercialización de productos regionales alternativos que llegan a más personas.
- Propuesta diversa en un solo espacio: venta de productos agroecológicos, talleres, eventos culturales, etcétera.
- Un punto más para trabajar el consumo consciente, el comercio justo y las compras locales.

RETOS

- Adaptabilidad, venta y espacios de comercialización donde los principales clientes son extranjeros y hay poco consumo local.
- Concientizar sobre “costos–beneficios” de productos agroecológicos. La idea de que son caros impide acercarse a estos espacios (se prioriza precio, no calidad).
- Manejo constante de redes sociales y plataformas digitales para difundir actividades.

RECOMENDACIONES

- **¡Constancia!** Estar siempre presentes, aún con un solo productor.
- **Considerar** que los lugares turísticos funcionan bien con público extranjero y por temporadas.
- **Investigación de mercado** para conocer vocaciones productivas del territorio: *¿qué productos locales y regionales hay?, ¿qué se produce más?*
- **Estrategias de acercamiento productor–consumidor:** charlas experienciales in situ, degustaciones, demostraciones del proceso de producción, etcétera.
- **Sensibilizar sobre consumo solidario/responsable** informando cómo funcionan estos espacios.
- Utilizar redes sociales y plataformas digitales como aliadas.

PERSPECTIVA A FUTURO

- Articularse localmente para fomentar circuitos cortos de comercialización y reforzar en las debilidades de otras, después organizar mercados o tianguis regionales.
- Constituirse legalmente. Puede ser buena opción en situaciones de uso de espacios públicos y para impulsar nuevas experiencias.
- Pensarse como mercados “culturales” enlazando actividades económicas, formativas y culturales. Impartir talleres para educar en temas ecológicos y cooperativos.

CATEGORÍA:

PRODUCCIÓN FAMILIAR (AGRICULTURA FAMILIAR)

DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES

Es una forma de organizar la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca, acuicultura y pastoreo; administrada y operada por una familia. Depende de manera decisiva del trabajo familiar, tanto de hombres como de mujeres. La familia y la granja están vinculadas y co–evolucionan; combinan funciones económicas, ambientales, sociales y culturales.



“EL CONSUMO DE PRODUCTOS NATIVOS IMPACTA POSITIVAMENTE EN LAS COMUNIDADES INDÍGENAS DONDE LA GASTRONOMÍA ES FUNDAMENTAL EN SU CULTURA Y TRADICIÓN. AL DEJAR DE CONSUMIR PLATOS CON PRODUCTOS LOCALES, SE PIERDE PARTE DE LA HISTORIA Y ESENCIA DE ESOS PUEBLOS”

ACTORES INVOLUCRADOS

- Integrantes de la familia a identificarse por género, edad y función.
- Proveedores de insumos.
- Clientes para venta directa en el mercado convencional o en Redes Alternativas Alimentarias.

BUENAS PRÁCTICAS

- Poco a poco, sumar nuevos productores para conservar semillas nativas, aumentar cultivo de maíces nativos y orgánicos, eliminar agroquímicos y usar técnicas agroecológicas para mejorar el suelo.
- Recuperar y revalorar tradiciones indígenas–campesinas con parcelas propias en producción familiar o cooperativas de productores.
- Organizar ferias de maíces y tener bancos de semillas propios.
- Generar alianzas con gobiernos estatales y universidades.
- Transformar los productos para darles valor agregado y obtener mayor utilidad (maíz en tostadas, tortillas, sopes, pinole). Ofrecer degustaciones, al probar, difícilmente dejarán de consumir.
- Plantar continuamente productos variados para enfrentar cambios de estaciones o plagas.

APORTES SOCIALES

- La producción agroecológica mejora ingresos y alimentación de familias productoras.
- Rescate y conservación de maíces criollos y productos nativos.
- Las prácticas agroecológicas ayudan a frenar el cambio climático.
- A partir de un buen producto agroecológico (maíz nativo azul) pueden surgir nuevos negocios y fuentes de trabajo para otras personas no productoras de las comunidades.

RETOS

- Cambiar poco a poco la mentalidad para dejar de usar agroquímicos.
- Comercializar productos orgánicos a precios justos y evitar “coyotaje”.
- Aumentar el rendimiento y mantener parcelas limpias sin usar agroquímicos. Se cree que el producto orgánico no debiera ser caro porque “no usa nada”, pero el trabajo requerido es muy pesado. Muchas personas no reconocen los buenos productos (sabor, olor) y pagan mal por ellos.
- Impulsar consumo regional y cultivar productos poco conocidos y consumidos para no perderlos.

RECOMENDACIONES

- **¡No rendirse!** Avanzar poco a poco, buscar redes y asesorarse. Conservar las propias semillas y seleccionar las mejores para cultivo; así se salvan variedades y se ahorra en su compra.
- **Al ofrecer productos agroecológicos enfatizar en sus ventajas:** salud, apoyo a economía local, conservación de variedades y culturas, reciclaje de residuos orgánicos, etcétera.
- Llegar a la gente desde el estómago, si prueban estos productos no querrán lo comercial.
- **Impulsar paseos agroecológicos con público ciudadano.** Concientizar y mostrar los esfuerzos del cultivo de alimentos sanos, esto dejaría una derrama económica en comunidades que podrían ofrecer productos locales.
- **Fomentar creación de huertos urbanos y escolares** para intercambiar productos y reciclar residuos.
- **Comercializar los productos transformados** para obtener mayor ganancia.

PERSPECTIVA A FUTURO

- Mejorar condiciones de vida y trabajo de las familias productoras, aumentando hectáreas orgánicas certificadas, haciendo agricultura de conservación y produciendo los propios insumos orgánicos para bajar costos de producción.
- En colectivo, incidir en gobiernos locales con iniciativas agroecológicas.

CATEGORÍA:

REDES DE SEMILLAS

Esta ficha recoge la experiencia y opiniones de las Redes: Producción de Maíz Criollo Orgánico en Michoacán (Michoacán), y la Red de Guardianes y Guardianas de Semillas de Occidente (Jalisco, Colima y Nayarit). Ambas trabajan con campesino y agricultores de pequeña escala; en Michoacán colaboran con apicultores también.



DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES

Grupos organizados en torno al rescate, producción, conservación, distribución, revalorización y defensa de semillas nativas o criollas y de polinización abierta. Participan campesinos, horticultores, agricultores urbanos, consumidores, distribuidores, académicos y otras personas interesadas en ello.

Consideran las semillas como “patrimonio de los pueblos al servicio de la humanidad” y un bien común estratégico que mantiene una producción agroecológica y diversificada, partiendo de que las variedades de polinización abierta aportan autonomía a quienes no pueden o quieren usar variedades híbridas o genéticamente modificadas.

Son un pilar fundamental de la soberanía y seguridad alimentaria, la agricultura campesina y familiar (Shiva, 2017) que se oponen expresamente a leyes de patentes y propiedad intelectual, así como a políticas que promueven semillas híbridas y genéticamente modificadas (Andrade, 22/12/2014). Realizan actividades de sensibilización, defensa y participación política; establecimiento de bancos de semillas; eventos de intercambio de semillas y experiencias; formación y capacitación para su conservación.

“LAS REDES DE SEMILLAS DEFIENDEN Y PROTEGEN SEMILLAS NATIVAS, SE RECONOCE SU IMPORTANCIA, PARTICULARMENTE EN EL CONTEXTO DEL COVID-19 U OTRAS CRISIS QUE AMENACEN EL ACCESO A ALIMENTOS”

ACTORES INVOLUCRADOS

- **Productores.** Campesinos, horticultores, agricultores urbanos, colectivos.
- **Consumidores** urbanos sensibilizados en torno a la agroecología, algunas veces miembros de otras iniciativas alternativas.
- **Distribuidores.** Comercializadores de semillas y alimentos agroecológicos.
- **Asesores** y promotores vinculados a ámbitos técnicos y académicos de acompañamiento.
- **Aliados.** Agentes externos que participan esporádicamente o en actividades puntuales.

BUENAS PRÁCTICAS

- Evitan uso de agroquímicos, producen fertilizantes propios, aprovechan energías renovables, practican técnicas de conservación del suelo y agua; sistemas de policultivos o rotación de cultivos, plantas repelentes y polinizadoras. Fomentan agrobiodiversidad. No emplean aditivos dañinos al procesar o almacenar productos, favorecen relaciones con proveedores ecológicamente responsables.
- Toman decisiones en espacios de participación colectiva y los representantes son elegidos por los propios integrantes.
- La Red de Guardianes realiza anualmente el Festival de semillas nativas y criollas, donde distribuyen, venden e intercambian semillas, alimentos y otros productos. Cotidianamente cada productor tiene sus propios canales y estrategias de venta.

APORTES SOCIALES

- Favorecen e impulsan la economía campesina de pequeños productores y unidades de producción familiar en comunidades indígenas.
- Promueven la producción orgánica sustentable y los precios justos para productores y consumidores.
- Su experiencia orienta en la resolución de necesidades y promueve redes de productores en otros ámbitos.

RETOS

- ¡Contar con capital! Costos de producción demasiados elevados, difícil o nulo acceso a insumos necesarios, pérdidas por plagas o enfermedades.
- Infraestructura inadecuada e insuficiente para el acopio y la comercialización. Pocos canales de venta y falta de conocimientos técnicos sobre la distribución y compra-venta.
- Criterios poco claros para establecer precios justos.
- Dar valor agregado al maíz criollo orgánico.

PERSPECTIVA A FUTURO

- Buscar clientes alternativos en el mercado internacional con campañas de posicionamiento.
- Facilitar encuentros virtuales entre iniciativas, productores y exportadores de productos orgánicos y semillas, a fin de vincularse, obtener mayores ganancias, fortalecerse y ampliar el flujo de semillas nativas en la región.
- Articularse con universidades en proyectos de mejoramiento e investigación participativa. Facilitar espacios de visibilización y distribución de semillas nativas en esas instituciones.

CATEGORÍA:

SISTEMAS PARTICIPATIVOS DE GARANTÍA (SPG)

Esta ficha recoge la experiencia y opiniones del Mercado agroecológico El Jilote, que atiende a productores principalmente rurales en Jalisco, Nayarit y Michoacán.

DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES

También son reconocidos como Certificación Orgánica Participativa, Certificación Participativa; son proyectos de certificación comunitaria alternativa que involucran los intereses de productores y consumidores, orientados a los mercados locales (Sánchez, 2009).

Impulsan “un proceso colectivo entre productores, consumidores y otros actores para garantizar la calidad orgánica y sana de productos locales generados a pequeña escala, basado en relaciones de confianza y que promueven los compromisos de equidad de salud, ecología equidad y certidumbre ambiental” (Red de Tianguis y Mercados Orgánicos, 2015) (Monachon, 2017).

En México, la legislación establece que “El Comité de Certificación Orgánica Participativa estará integrado con al menos tres personas y tendrá la responsabilidad de garantizar y asegurar el cumplimiento de lo dispuesto en el presente Acuerdo” (SADER, 2020).



“SON PROYECTOS DE CERTIFICACIÓN COMUNITARIA ALTERNATIVA SIN FINES DE LUCRO, QUE VALORAN LAS REDES DE CONFIANZA CON LAS Y LOS PRODUCTORES”

ACTORES INVOLUCRADOS

- **Gestores.** Aglutinan a otros actores de los SPG.
- **Productores.** Solicitan la certificación e inclusión en los SPG.
- **Consumidores.** Pueden integrarse a los SPG.

BUENAS PRÁCTICAS

- Evitan uso de agroquímicos, producen fertilizantes propios, aprovechan energías renovables, practican técnicas de conservación del suelo y agua; sistemas de policultivos o rotación de cultivos, plantas repelentes y polinizadoras. Fomentan agrobiodiversidad. No emplean aditivos dañinos al procesar o almacenar productos, favorecen relaciones con proveedores ecológicamente responsables.
- Las decisiones se toman en espacios de participación colectiva.
- Se consideran una organización de la Economía Social y Solidaria al manejar precios justos según costos del servicio y atender necesidades de pequeños productores de agricultura familiar.

APORTES SOCIALES

- Capacitan y acompañan en la transición agroecológica de iniciativas alimentarias y procesos productivos, Certificación participativa y/o Sistema Participativo de Garantía Comercialización (SPG).
- Agrupan gran diversidad de actores: productores primarios de pequeña escala, prestadores de servicios, consumidores, académicos u otros interesados.
- Dan servicios de intercambio de información para distribución y comercialización.

RETOS

- Dificultad de acceso a mercados por distancias entre el productor y la ciudad.
- Infraestructura inadecuada para el acopio, la existente está muy alejada de centros de producción.
- Grandes distancias entre iniciativas acompañadas.
- Brecha tecnológica (muchos productores no utilizan internet), falta de cobertura telefónica o internet en algunas comunidades.

PERSPECTIVA A FUTURO

- Aumentar la vinculación con productores, consumidores y académicos.

CATEGORÍA:

TIENDAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES

Engloba tiendas especializadas, conocidas como biotiemendas o tiendas ecológicas; se enfocan en la comercialización de productos orgánicos, ecológicos y saludables, producidos sin uso de insumos sintéticos como agroquímicos y semillas mejoradas o transgénicas. Buscan generar un consumo responsable, en ocasiones bajo enfoques de comercio justo. Algunas imparten talleres o son espacio de encuentro para realizar actividades que fortalezcan el comercio alternativo local.



“SOMOS UN PUNTO DE DIFUSIÓN, VENTA Y ACCESO A PRODUCTOS ALTERNATIVOS SANOS Y JUSTOS”

ACTORES INVOLUCRADOS

- **Gestores.** Se encargan de llevar adelante la tienda, desde un enfoque colectivo o como una empresa individual.
- **Proveedores.** Engloba a productores de alimentos y o de bienes no alimentarios.
- **Consumidores.** Acuden a estos espacios a realizar sus compras.

BUENAS PRÁCTICAS

- Utilizar la propia experiencia previa para abrir una tienda (participación en ferias, nociones de gestión, ser productor, integrar redes).
- Apoyarse en redes de productores existentes.
- Implementar el servicio a domicilio.

APORTES SOCIALES

- Permiten conocer el origen de lo que consumimos; algunas cosas vienen directo de los productores.
- Fomentan la economía local y solidaria, todos los actores de la compra-venta se benefician.
- Difunden información que ayuda a comprender y elegir entre agroecológico, orgánico, natural o artesanal.

RETOS

- Generar una cultura de consumo consciente.
- ¡Contar con capital! para cubrir gastos fijos, permisos, pago a productores y fletes. Comprar poco volumen encarece precios y disminuye margen de ganancia.
- Se requiere tiempo y apoyo cuando la intermediación la realiza una sola persona.
- Tener un espacio adecuado para almacenaje, sobre todo al ofrecer productos frescos.
- La ubicación... según perfil socioeconómico será la venta, aunque ¡los productos sanos deben llegar a todos!

RECOMENDACIONES

- **¡Paciencia y persistencia!** Estamos acostumbrados a lo inmediato, empaquetado y listo para servir.
- Educar a la población en consumo consciente y responsable, además del beneficio a su salud, estas iniciativas serían apoyadas.
- **Comunicación abierta** que genere redes: productores que disfrutan su trabajo y consumidores que cuestionan su estilo de vida.
- **Trabajar en equipo** y realizar compras conjuntas con otras tiendas.
- Sostener el *espíritu de proyecto social*, los altos precios pueden dirigir hacia un mercado especializado que compra productos caros.
- **Conocer muy bien el origen de los productos**, informarse y saber qué venden: ¿realmente es orgánico, agroecológico, justo...?
- Publicidad constante, presencia en tienda y charla directa con consumidores.
- Pensar la tienda también como negocio que deje ganancias.

PERSPECTIVA A FUTURO

- Aumentar intercambios de productos con otras tiendas.
- Organizar ferias para darse a conocer y participar fuera del propio estado.
- Si es posible, reorganizar el espacio físico de la tienda para colaborar con otras organizaciones.
- Trabajar en la creación del mercado (demanda de productos): informar a consumidores y pensar estrategias para aumentar interés en producir orgánico.



FICHAS DE INICIATIVAS

Para mostrar el trabajo específico que se realiza en cada Categoría y las particularidades que las distinguen; a continuación, se detallan ocho Iniciativas. Es importante enfatizar que esta selección representa sólo una muestra de la heterogeneidad de experiencias que una sola Categoría abarca. La información se ha organizado de la siguiente forma:

- **Nombre de la Iniciativa.**
- **Categoría**, donde la hemos clasificado por sus actividades y características.
- **Ubicación (municipio y estado) y datos de contacto**, cuando estos son públicos.
- **Descripción y actividades principales** que realizan, su naturaleza según las categorías expuestas, y los objetivos que se plantean, cuando lo hacen explícito.
- **Historia**, relata un breve recorrido por su trayectoria de trabajo y algunos momentos emblemáticos.
- **Retos**, expresa las dificultades o situaciones más complicadas en el trabajo que realizan.
- Buenas prácticas, muestra qué han hecho bien, aprendizajes, alcances o factores de éxito de la experiencia.
- **Respuestas ante la crisis causada por la enfermedad COVID-19**, presenta qué medidas han tomado ante el contexto de la pandemia del 2020, qué siguen haciendo para mantener su iniciativa funcionando, cuáles mecanismos tecnológicos / de comunicación utilizan ahora, y qué alternativas de trabajo han generado.
- **Recomendaciones** desde el propio expertis, dirigidas a organizaciones similares o que quieren iniciar un trabajo similar.

INICIATIVA:

COOPERATIVA DE CONSUMO CONSCIENTE MILPA

REGIÓN:

Guadalajara, Jalisco

CATEGORÍA:

DISTRIBUIDORES/
 CONSUMIDORES

CONTACTO:

FB. @ CCCmilpa

IG. @ cccmilpa

<https://cooperativamilpa.org/>

cccmilpa@gmail.com



DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES PRINCIPALES

Se presentan como un colectivo que contribuye a la construcción de alternativas para la soberanía alimentaria, la economía solidaria y el consumo local en la región occidente de México; mediante la adquisición de alimentos, la vinculación con otros y otras, el aprendizaje continuo y la difusión para el consumo consciente.

HISTORIA

Inició en febrero del 2014 con veinte familias. Desde entonces se ha transitado por diversos modelos de organización, sedes y aliados. Estos tiempos han sido marcados por sus asambleas, realizadas como elemento rector del colectivo, las cuales han definido su labor y esencia. Actualmente la integran 40 familias cooperativistas que consumen quincenalmente, productos frescos y procesados, de productores locales y regionales.

RETOS

- La cantidad y diversidad de alimentos que ofrecen los productores son insuficientes.
- Inestabilidad de un espacio físico adecuado para su operación.
- Falta de criterios para establecer precios justos.
- Complejidad en la logística de entregas: pagos en efectivo, canastas personalizadas, etcétera.

BUENAS PRÁCTICAS

- Tomar decisiones de manera colectiva y rotar los roles al interior de la organización.
- Usar un modelo de moneda social.
- Aprovechar los conocimientos previos de las y los cooperativistas.
- Usar medios de comunicación para sumar personas y herramientas digitales al facilitar procesos.
- Vincularse con universidades.
- Sistematizar sus procesos y ofrecerlos para la creación de nuevos proyectos.

RESPUESTAS ANTE EL COVID-19

- Mejor organización para garantizar la seguridad en nuestras entregas en relación con el posible contagio por la enfermedad COVID-19.
- Rediseño e implementación de protocolos sanitarios en espacio para la venta directa.

RECOMENDACIONES

- Iniciar con amistades y personas afines, estos lazos de amistad fortalecen la organización.
- Empezar con un grupo pequeño para compras organizadas, y luego escalar para buscar otros productores y ampliar las actividades.
- Localizar productores previamente organizados, con los cuales se compartan intereses.



INICIATIVA:

RED ALTERNATIVA SOLIDARIA (RASOL)

REGIÓN:

Distintos municipios en Jalisco

CATEGORÍA:

GRUPO DE PRODUCTORES

CONTACTO:

FB. @rasol.official

DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES PRINCIPALES

Su principal tarea es la distribución de alimentos que se producen en la Zona Sur de estado de Jalisco hacia la Zona Metropolitana de Guadalajara. Integran canastas solidarias, con productos frescos y transformados.

HISTORIA

RASOL nace en el 2014 integrada por distintos productores y promotores de la agroecología en el campo y la ciudad. Durante su trayectoria como red han logrado sumar aliados campesinos y de instituciones públicas y educativas, cuidando siempre no depender de éstas, evitando el protagonismo y la verticalidad en la toma de decisiones.

RETOS

- Diversificar estrategias de distribución para no depender de las compras hechas por compañeros de las instituciones.
- Tener mejor control de costos mientras alcanzan un número suficiente de consumidores.



BUENAS PRÁCTICAS

- Hacer alianzas con instituciones públicas para tener grupos de entrega regular.
- Mantener la comunicación con los consumidores para acordar nuevos puntos de entrega.
- Procurar que el precio del alimento sea accesible para todas las personas, aumentando sólo los costos de distribución que se mantienen bajos.
- Buscan establecer un banco de tiempo para intercambiar trabajo por alimentos.
- Generar solidaridad para el uso compartido de recursos, como espacios de almacenamiento o transporte de alimentos.
- Cuidar que el proyecto de RASOL no sea abanderado por una sola organización, evitando así la centralidad organizativa.

RESPUESTAS ANTE EL COVID-19

- Generar alianzas de colaboración con otros grupos para distribuir las canastas.
- Buscar rápidamente nuevos canales de distribución, aumentar las ventas, antes que los costos.

RECOMENDACIONES

- Todos los participantes deben tener claro los objetivos del proyecto, más allá del beneficio económico hay beneficios a la comunidad.
- Trabajar con solidaridad hacia los productores, consumidores, con la tierra y la comunidad.
- Informar al consumidor para que sepa que no hace "un favor" al productor, sino a sí mismo, al medio ambiente y a su propia familia.



INICIATIVA: HUIZACHE

REGIÓN:
 Morelia, Michoacán

CATEGORÍA:
 HUERTOS URBANOS



DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES PRINCIPALES

Su actividad principal es la producción de alimentos en espacios urbanos, así como la promoción de la agricultura urbana y la generación de relaciones de solidaridad entre colectivos. Buscan promover la agricultura de responsabilidad compartida a partir de la educación como medio y herramienta, integrando los conceptos que vienen de la Economía Social y Solidaria.

HISTORIA

Nace por una iniciativa familiar en 2020 en Morelia, Michoacán, pero pronto inician tareas de colaboración con otros huertos, relaciones que se favorecieron por la participación en un curso de capacitación que ofreció la Secretaría de Desarrollo Rural y Medio Ambiente en Morelia. Un punto de referencia importante fue el inicio de las faenas comunitarias a partir la convocatoria de los propios colectivos. Éstas han sido la principal estrategia de colaboración, además de promocionar la producción para el autoconsumo.

RETOS

- Capital que cubra los primeros insumos necesarios para arrancar los huertos.
- Asesoría especializada en agroecología para la recuperación de suelos, debido a las dificultades del terreno urbano.
- Conocimiento técnico para manejo de plagas sin uso de pesticidas.
- La organización social y la convocatoria es un reto importante, sobre todo en espacios públicos.

BUENAS PRÁCTICAS

- Hacer uso de los recursos locales: insumos y capacitaciones, esto se asume como un principio de sustentabilidad.
- Aprovechar conocimientos especializados y experiencia de participantes de distintos colectivos para compensar necesidades técnicas.
- Iniciar con el entorno cercano donde están los huertos, involucrar a los vecinos y acompañar sus procesos.

RESPUESTAS ANTE EL COVID-19

- Faenas comunitarias pausadas con la aparición de casos de COVID-19 en familias participantes,
- La iniciativa se convirtió en sí misma en un colectivo que promueve la producción para el autoconsumo.

RECOMENDACIONES

- Muy relevante aprovechar el interés de jóvenes y niños, son grandes ayudantes.
- Todos los participantes tienen conocimientos para compartir, sobre todo las personas mayores con experiencia en la producción.
- Ser realistas: la producción urbana es un proceso largo y duro que requiere resiliencia.
- Tener claro intereses y objetivos de todos los colectivos, reconocer qué buscan y saber por qué participan. Mantener siempre la comunicación y tener clara la identidad del colectivo.
- ¡No dejar de sembrar! Eso brinda un respiro a la ciudad ante el caos que vivimos.



INICIATIVA:**LA CRUZ MARKET****REGIÓN:**

La Cruz de Huanacaxtle, Nayarit

CATEGORÍA:

MERCADOS Y TIANGUIS

CONTACTO:FB. @la Cruz Market by
Huanacaxtle A.C.

IG. @La_cruz_market

<https://lacruzmarket.com>lacruzmarket.info@gmail.com**DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES PRINCIPALES**

Promueven el comercio local y la comprar directa al productor, principalmente de hortalizas, frutas, comida preparada, arte, artesanías y ropa. Buscan productos hechos a mano, naturales y ecológicos. Lo anterior mediante comercialización presencial y en línea, donaciones e intercambios no monetarios, así como asesoría y acompañamiento a productores. Mencionan no ser sólo un mercado, pues apoyan proyectos sociales a través de redes sociales, música en vivo, talleres para niños y niñas, creando así una sinergia que atrae a la gente. Son una asociación civil legalmente constituida.

HISTORIA

Inició en enero de 2009 y trabajan por temporadas de 6 meses al año. Comenzaron en pequeño, con pocos vendedores, pero con el paso del tiempo han ido creciendo. Por el cambio de gobierno se vieron forzados a constituirse en una asociación civil, a partir ello, quieren ser una plataforma para que otros comiencen a emprender. Antes de la pandemia cerraron con 200 consumidores.

RETOS

- No contar con espacio propio para el acopio y la venta, principalmente en verano que hace calor.
- No se producen localmente ciertos productos que buscan los consumidores.
- Depender del turismo. Existe la necesidad de aumentar el número de consumidores nacionales, pero el precio les parece caro.
- Fortalecer sus conocimientos en finanzas y administración.

BUENAS PRÁCTICAS

- Emplear envases y recipientes biodegradables y reutilizables.
- Favorecer relaciones con proveedores locales.
- Aprovechar las redes sociales por Internet.
- Considera su iniciativa como una forma de patronato, más que una asociación civil.

RESPUESTAS ANTE EL COVID-19

- Reducir el mercado y tener los puestos más espaciados.
- Fomentar la compra en línea y repartos a domicilio.
- Rediseñar e implementar protocolos sanitarios para la venta directa.

RECOMENDACIONES

- Realizar investigación de mercado, para conocer y ofrecer los productos de la región.
- Centrar el mercado en lo que más se produce localmente, después en otras regiones cercanas.
- Aprovechar las redes sociales para darse a conocer.



INICIATIVA:

RED DE GUARDIANAS Y GUARDIANES DE SEMILLAS DEL OCCIDENTE DE MÉXICO

REGIÓN:

Jalisco, Colima, Nayarit,
 Michoacán

CATEGORÍA:

REDES DE SEMILLAS

CONTACTO:

e-mail: redsemillaoccidente@
 gmail.com



DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES PRINCIPALES

Es un grupo articulado de manera horizontal de mujeres y hombres que tienen como objetivo rescatar, conservar, defender, difundir y diversificar semillas de polinización abierta, a través de su reproducción, intercambio y comercialización; así como el rescate y difusión de saberes en un diálogo abierto entre conocimientos tradicionales y científicos en torno a éstas. Sus principales actividades son: el Festival anual de semillas nativas y criollas en Jalisco, donde participan productores de toda la región; talleres de formación y capacitación técnica y socio-política sobre las semillas; mantenimiento de casas locales de semillas; e intercambios periódicos de éstas entre los miembros.

HISTORIA

La Red se conformó en 2015 como una iniciativa para articular esfuerzos a nivel regional entre personas y colectivos que realizan un trabajo de reproducción, intercambio y comercialización de semillas criollas y de polinización abierta. Mantiene intercambios periódicos de semillas en todas sus asambleas, además de organizar el Festival de las semillas nativas y criollas. Este espacio ha servido para reforzar organizativamente a la Red, atraer a nuevos miembros, vincularse con productores agroecológicos, así como fomentar el diálogo entre productores y consumidores. En los últimos años, sus esfuerzos se han centrado en reforzar las capacidades de sus integrantes a través de talleres autogestionados en dos ámbitos: técnico, para aumentar la diversidad y disponibilidad de semillas y mejorar su calidad; socio-político, para tener herramientas de organización y defensa ante las amenazas legales y comerciales hacia las semillas nativas y criollas.

RETOS

- Mejorar la estrategia organizativa.
- Acceder a recursos económicos que permitan seguir con las actividades sin comprometer la autonomía.

BUENAS PRÁCTICAS

- Horizontalidad entre quienes participan en la Red.
- Apertura a la participación de nuevos miembros.
- Claridad política compartida respecto a la importancia de las semillas nativas y criollas.

RESPUESTAS ANTE EL COVID-19

- Se redujeron las asambleas y talleres debido al distanciamiento social.

RECOMENDACIONES

- Mantener relación fuerte con personas y colectivos que trabajan en torno a la agroecología y la autonomía alimentaria a nivel rural y urbano.



INICIATIVA:

CONSERVACIÓN DE MAÍCES NATIVOS DE NAYARIT

REGIÓN:

Santa María del Oro, Nayarit

CATEGORÍA:

PRODUCCIÓN FAMILIAR



DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES PRINCIPALES

Gilberto González Rodríguez y su esposa, conforman una cooperativa familiar que produce maíces criollos y caña de azúcar, para autoconsumo y comercialización en mercados y ferias de productores, y a domicilio. Realizan intercambios de semillas y en el contexto de pandemia, han hecho donaciones de semillas de maíz azul, pues su objetivo central es la conservación de maíces nativos de Nayarit.

HISTORIA

Desde hace 16 años, Gilberto González y su esposa se dedican al rescate de maíces nativos en la zona indígena de los huicholes en Nayarit. Al principio trabajaron en la comunidad El Roble, municipio del Nayar, donde encontraron 10 variedades de maíces criollos nativos. Para motivar a su conservación, organizaron una Feria de los maíces, con tal éxito, que ya cumplió 15 años. Gilberto y su esposa producen caña de azúcar y maíces azul, pinto y amarillo criollos, con prácticas que fomentan la biodiversidad y agrobiodiversidad. Actualmente buscan vincularse con redes de protectores de semillas de maíz.

RETOS

- **Enfermedad COVID-19:** acceder a su parcela por cierre de carreteras, dificultad para distribuir productos. Riesgo de contagio en sus actividades productivas. Cancelación de la Feria del maíz.
- **Producción y comercialización:** insuficiente para abastecer demanda. Pérdidas por plagas y enfermedades. Infraestructura inadecuada para acopio y vida de anaquel corta. Pocos canales de comercialización y capacitación en estos temas. Precios injustos para producción orgánica.

BUENAS PRÁCTICAS

- **Impulsar la Feria del maíz** que concientiza sobre el cuidado de semillas nativas y generar alianzas con organizaciones afines para difundir este trabajo.
- Afinidad con la ESS: tener precios justos, practicar la solidaridad y la reciprocidad.
- Eliminar 60% de agro tóxicos en producción y tener semillas criollas sin gastar en híbridas.

RESPUESTAS ANTE EL COVID-19

- Donaron semilla de maíz azul y jala. Difundieron por redes sociales su maíz, producción y consumo. Como resultado, iniciaron un proyecto de venta de masa azul que otros compran y transforman en productos que entregan a domicilio, todos son nuevos negocios en la comunidad.

RECOMENDACIONES

- Dar valor agregado al maíz para tener mejor precio.
- Aumentar promoción de productos naturales, criollos, locales. Cambiar progresivamente productores y consumidores: cuando se prueban estos productos, se siguen consumiendo.
- Incidir en colectivo en gobiernos locales, hasta lograr leyes que protejan productos nativos.



INICIATIVA:

EL JILOTE MERCADO AGROECOLÓGICO

REGIÓN:

Varios municipios en la región occidente

CATEGORÍA:

GRUPO DE PRODUCTORES

CONTACTO:

FB. @ElJilote

IG @el_jilote

WEB. www.eljilote.org



DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES PRINCIPALES

El Jilote es un comité que acompaña a pequeños productores en sus procesos de transición a la agricultura agroecológica. Colaboran con mercados locales y productores regionales para favorecer certeza al consumidor respecto a los alimentos libres de agroquímicos, además de promover relaciones de confianza entre todos los participantes.

HISTORIA

La organización nació en el 2009 con cuatro productores, el acompañamiento de la Red de Alternativas Sustentables Agropecuarias (RASA) y la colaboración de algunos técnicos para la asesoría en la producción. En principio se orientaron a un mercado virtual y cada vez se fueron acercando más a iniciativas locales para generar mayores alianzas. Aunque nacieron como un colectivo social, actualmente tienen el proyecto de constituirse con alguna figura legal que les permita tener el reconocimiento de instituciones oficiales.

RETOS

- Formar estrategias para disminuir la rotación en los integrantes.
- Seguir logrando financiamiento para que el proyecto pueda ser sostenible por mucho tiempo.
- Dar a conocer el proyecto para más productores y mercados.
- Hacer más evidente los beneficios de la certificación para los productores.

BUENAS PRÁCTICAS

- **Generan un aval para los productores** que puede ser presentado para dar cuenta de los procesos de producción.
- Presentan en su página de internet datos de los productores y parcelas certificadas.
- Colaboran en la capacitación con otros SPG.
- Formarse continuamente para formalizar el SPG y dar mejor respuesta a los productores.
- Participar en otros proyectos comunitarios en la región.
- Apoyarse con otras organizaciones para tener acceso a financiamiento necesario para las certificaciones.

RESPUESTAS ANTE EL COVID-19

- Se tuvieron que reagendar fechas para la visita a parcelas.
- Aprovechar las herramientas virtuales para seguir tejiendo alianzas.

RECOMENDACIONES

- Cuidar que no existan conflictos de interés, lo más importante es la honestidad por eso es necesario tener transparencia en los procesos y los resultados.



INICIATIVA: CASA VERDE

REGIÓN:

Uruapan, Michoacán

CATEGORÍA:

TIENDA DE PRODUCTOS
 ORGÁNICOS

CONTACTO:

FB. @casaverdeupn
 IG. @casaverdeupn
<https://tiendacasaverde.com>

DESCRIPCIÓN Y ACTIVIDADES PRINCIPALES

Su principal actividad es la comercialización de productos saludables, cuyos proveedores son organizaciones de productores primarios (agricultores, artesanos, apicultores). También funcionan como centro capacitación con talleres diversos, y de acompañamiento psicológico con beneficiarios del programa Jóvenes Construyendo el Futuro, quienes se acercaron para trabajar ahí. Busca ser un espacio holístico con opciones para la salud física y mental de la población de Uruapan y la región.

HISTORIA

Casa Verde arranca en 2019 para ofrecer opciones alternativas saludables en Uruapan. Cuando la pandemia (por enfermedad COVID-19) detuvo todo tipo de eventos, una de sus fundadoras vio la oportunidad de tener un espacio propio que convocara a productores de la región (Pátzcuaro, Morelia) con quienes trabajó durante años en festivales, movilizar la red de consumo generada en ellos. Además de la venta de productos y talleres, es un "refugio" para quienes buscan contención psicológica. Actualmente trabajan nueve personas tomando las decisiones en conjunto. Los gastos corrientes y un porcentaje de salarios, los cubre la encargada; el resto, Jóvenes Construyendo el Futuro. Se consideran una organización de la ESS, al comercializar productos que generen bien social, y obtener ingresos por los conocimientos en su sector profesional.



RETOS

- Aumentar personal, ventas y ¡capital económico! como negocio deben cubrir gastos fijos.
- Dificultad para distribuir alimentos frescos.
- Formar una cultura del consumo: diferenciar entre estos productos y los de supermercado.

BUENAS PRÁCTICAS

- Participar en redes de productores y con otras organizaciones (incluso de otros estados) para intercambiar productos.
- Cuidar la buena comunicación al interior de Casa Verde.
- Contar con productos accesibles por ser locales.
- Usar redes sociales para promocionarse y acercarse a nuevos consumidores.

RESPUESTAS ANTE EL COVID-19

- Iniciaron servicio a domicilio y aumentaron publicidad por redes sociales.
- Su espacio terapéutico atiende a personas que necesita apoyo emocional en esta crisis.

RECOMENDACIONES

- ¡Constancia y actitud positiva! fundamentales para tener éxito.
- Conocer muy bien el origen de los productos en venta.
- Generar un espacio de confianza con los consumidores estando presentes en tienda.





CONCLUSIONES

En este manual hemos recopilado las experiencias, saberes y sentires de personas que trabajan en el campo, gestores y distribuidores que, comprometidos con la producción de alimentos sanos y prácticas justas de producción, comercialización y consumo, muestran una imagen de lo que se está haciendo en cuatro estados de la región occidente del país: Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit. Nos hemos concentrado en tales estados colindantes entre sí, convencidos de que en principio las respuestas deben ser locales.

No dudamos que lo aquí presentado, pueda ser de utilidad y en buena medida replicable por otras experiencias; ayudando así, a establecer o fortalecer, nuevas vinculaciones en distintos linderos geográficos. Esta certeza ha sido parte importante de nuestros aprendizajes: conforme contactábamos con cada nueva iniciativa, observábamos que algunas ya mantenían relación con otras similares en otros estados, y que en general, existe un gran interés y necesidad de afianzar nuevas relaciones de colaboración.

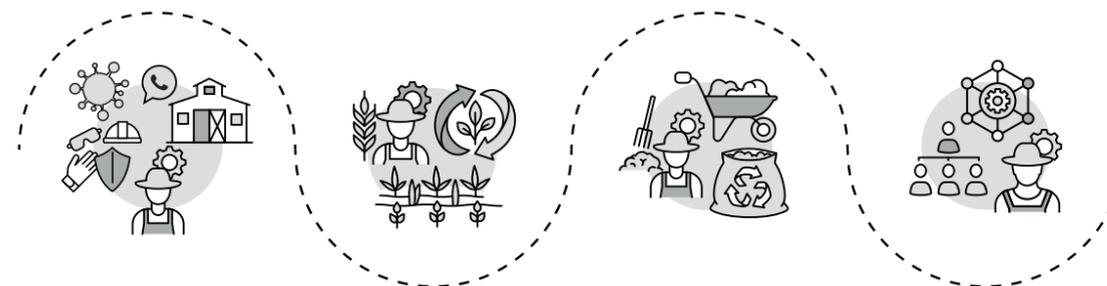
Para concluir, es necesario realizar algunas notas aclaratorias. En primera instancia, hemos encontrado un mayor número de iniciativas en Jalisco y Michoacán, esto puede deberse a su extensión territorial, a la proximidad con sitios de comercialización más amplios y sin duda, a otros factores que merecen mayor profundidad de análisis. En segundo lugar, en los documentos públicos no figuran la totalidad de experiencias contactadas, respetando una petición expresa por parte de éstas; no obstante, sus comentarios y aportes sí fueron tomados en cuenta en el análisis de la información. Como tercer punto, es importante señalar que, para ejemplificar diversas formas de organización y colaboración, seleccionamos ocho organizaciones que compartieron sus vivencias en ejercicios de entrevistas o grupos focales, a fin de ser relatadas a detalle; esto no limita ni desdibuja la relevancia de los aportes ofrecidos por las demás.

Notamos, en la labor de cada una y según sus distintas expresiones, que todas tienen como horizonte común construir Redes Alimentarias Alternativas, las cuales vienen tejiéndose desde hace mucho tiempo. Sin embargo, la crisis de salud experimentada en el 2020 por el virus SARS

Cov-2 causante de la enfermedad COVID-19, ha afectado y puesto en pausa a muchas de sus acciones e ideas. Nos hemos concentrado en la problemática relacionada con el acceso a alimentos, especialmente los de producción agrícola, en sus correlaciones ambientales y económicas; no por considerar que estos sean los únicos impactos, sino por sus visibles e inmediatas consecuencias. Así mismo, por la importante existencia de alternativas a nivel local que pueden coadyuvar a minimizarla, destacando el potencial que muchas de éstas tienen para for-

talecerse y permanecer aún después de la etapa crítica.

Recopilamos aquí las afectaciones más sentidas con la aparición de la enfermedad COVID-19, compartidas por las y los participantes de esta investigación; así como las múltiples respuestas generadas para enfrentar esta situación y para repensarse en un nuevo escenario, donde su trabajo en la producción de alternativas alimentarias sanas, cobran la relevancia que siempre han merecido.





PRINCIPALES IMPACTOS EN LAS INICIATIVAS, CON LA APARICIÓN DE LA ENFERMEDAD COVID-19



DISTRIBUIDORES / CONSUMIDORES

AFECTACIONES POSITIVAS

- Impulso de talleres y charlas virtuales sobre temas relacionados con alternativas alimentarias.
- El cuadro crítico de la enfermedad COVID-19 ha alentado a mejorar qué y cómo comemos.

AFECTACIONES NEGATIVAS

- No se pudieron aprovechar las aportaciones de estudiantes universitarios.
- El cierre de lugares de venta, bajó el consumo y dejó a productores sin punto de entrega.
- El encierro entorpeció la comercialización, canceló visitas a productores e interrumpió asambleas que pasaron a la virtualidad.

RESPUESTAS ANTE LA CRISIS CAUSADA POR LA ENFERMEDAD COVID-19

- Cursos virtuales de agricultura de traspatio (vía CUSur y Ayuntamiento de Ciudad Guzmán, Jalisco) con 80 personas beneficiadas.
- Compras a través de grupos de WhatsApp.

GRUPOS DE PRODUCTORES

AFECTACIONES POSITIVAS

- Más interés en producir los propios alimentos en huertos urbanos y por una alimentación saludable y el consumo de productos de estas redes.
- Gran oportunidad para revalorar el trabajo campesino como actividad esencial para la economía, de rescatar y aportar una visión equitativa de la ciudad.

AFECTACIONES NEGATIVAS

- El aislamiento y cierre de mercados alternativos complicó mucho la distribución y ventas. RASOL suspendió un tiempo la entrega de canastas solidarias.
- Cancelación de actividades presenciales: Encuentro Nacional del maíz de la RASA, talleres y acompañamiento a agricultores.

RESPUESTAS ANTE LA CRISIS CAUSADA POR LA ENFERMEDAD COVID-19

- Uso de WhatsApp y redes sociales para difundir productos y logística de distribuciones.
- Apertura hacia nuevos espacios de distribución de productos.

HUERTOS URBANOS

AFECTACIONES POSITIVAS

- En las ciudades aumentó el interés en estos proyectos y se aceleró la adaptación de espacios para colocar algunos huertos urbanos.
- Participación activa de universidad ITESO y municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco, para impulsar algunas iniciativas.

AFECTACIONES NEGATIVAS

- Se suspendieron capacitaciones, el Festival de la tierra, tequios y faenas comunitarias, estos habían permitido iniciar algunos proyectos.
- Muchos huertos en espacios públicos se cerraron. Al no estar bien reglamentados, fue necesario negociar para entrar y cuidarlos, la pandemia inició en temporada de producción.

RESPUESTAS ANTE LA CRISIS CAUSADA POR LA ENFERMEDAD COVID-19

- Algunos huertos surgieron como consecuencia del desempleo generado. Otros movilizaron inquietudes y se concretó su operación.
- Comunicación por redes sociales y zoom para seguir capacitando. Conversatorios mensuales sobre el propio trabajo y la pandemia (dónde estamos, cómo seguir).

MERCADOS Y TIANGUIS ORGÁNICOS O CAMPESINOS

AFECTACIONES POSITIVAS

- Obligó a salir de la "zona de confort": buscar nuevas estrategias para retener y atraer consumidores, otras formas de comunicación, más publicidad, uso de tecnología como aliada en aislamiento, moverse a otras zonas y generar intercambios con otras iniciativas.
- Fortaleció grupos y los ideales de muchas organizaciones con objetivos comunes. Más productores interesados al darse cuenta que su producción no es agroecológica. El proceso de intercambio de experiencias y saberes se ha hecho más fuerte.

AFECTACIONES NEGATIVAS

- Comunicación: algunas personas en comunidades muy pequeñas no utilizan redes sociales y vieron suspendió el transporte para mover su producción.
- Ventas inconstantes e incertidumbre de reactivación, más quienes funcionan por temporadas.
- Aislamiento: cierre de espacios de instalación de tianguis o mercados, cancelación de talleres.

RESPUESTAS ANTE LA CRISIS CAUSADA POR LA ENFERMEDAD COVID-19

- Activación del comercio en línea, se aprovechó incluso la temporada baja.
- Venta en la vía pública, aunque con poca participación de productores y sólo bajo pedido (iniciativa en Pátzcuaro, Michoacán), algunos difunden previamente los productos en venta.
- Talleres virtuales con productoras (iniciativa en Cd. Guzmán, Jalisco) para transitar hacia la agroecología.

PRODUCCIÓN FAMILIAR (AGRICULTURA FAMILIAR)

AFECTACIONES POSITIVAS

- Se revaloró la producción agroecológica y aumentó demanda de alimentos sanos, así surgieron negocios de elaboración y reparto de productos agroecológicos; estos benefician a quienes no pueden salir de casa, a quienes impulsan esos negocios y al productor.

AFECTACIONES NEGATIVAS

- Suspensión de la feria de maíces criollos de Nayarit.
- Aunque las actividades del campo estaban permitidas, algunos retenes en carreteras bloquearon caminos hacia parcelas, y algunas fronteras cerraron. Se espera que el mercado local–nacional compre la cosecha de exportación de diciembre.

RESPUESTAS ANTE LA CRISIS CAUSADA POR LA ENFERMEDAD COVID-19

- Uso de redes sociales para mostrar productos y formas de elaboración.
- Entrega a domicilio de productos agroecológicos.

REDES DE SEMILLAS

AFECTACIONES NEGATIVAS

- Cierre del espacio de comercialización, dificultad de distribución de alimentos frescos y suspensión de pedidos. Parte de la producción se quedó en bodega con alto riesgo de plagas.
- Vulnerabilidad y riesgo de contagio por la proximidad física en las actividades productivas.

RESPUESTAS ANTE LA CRISIS CAUSADA POR LA ENFERMEDAD COVID-19

- Suspensión temporal de algunas actividades, otras continuaron con uso de redes sociales: venta en línea, y repartos en puntos de distribución alternativos y a domicilio.

SISTEMAS PARTICIPATIVOS DE GARANTÍA (SPG)

AFECTACIONES NEGATIVAS

- Suspensión de visitas a parcelas.
- Cierre de algunos canales de comercialización.

RESPUESTAS ANTE LA CRISIS CAUSADA POR LA ENFERMEDAD COVID-19

- Se realizan pláticas virtuales de acompañamiento.

TIENDAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

AFECTACIONES POSITIVAS

- En un escenario de mucho miedo, algunas iniciativas ofrecen espacios de encuentro (talleres) que tejen relaciones de confianza.
- Se abrieron nuevas tiendas para ofrecer alternativas sanas a la población. Gracias al contexto, muchas personas comienzan a cuestionar su consumo y aumentan los consumidores de estas iniciativas, por la calidad y valor nutricional de sus productos.

AFECTACIONES NEGATIVAS

- Dificultades en la distribución de productos.

RESPUESTAS ANTE LA CRISIS CAUSADA POR LA ENFERMEDAD COVID-19

- Nuevas estrategias de comunicación con productores y consumidores; diversificación y aumento de publicidad; mayor uso de redes sociales para difusión.
- Implementación del servicio a domicilio, transformando así la dinámica de compra–venta.



CARACTERÍSTICAS DE LAS CATEGORÍAS QUE INTEGRAN A LAS INICIATIVAS DE LAS REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS



DISTRIBUIDORES / CONSUMIDORES

- Son grupos organizados gestionados principalmente por las y los consumidores. Sugieren intercambios regulares y compras periódicas a los productores con quienes se relacionan.
- Sus integrantes suelen comunicarse por distintas vías y conocer a las y los productores. Estas relaciones superan la interacción del momento compra-venta.

GRUPOS DE PRODUCTORES

- Son entidades colectivas que agrupan a productores aislados, organizaciones o familias agricultoras. Practican relaciones de cooperación y formas organizativas horizontales o participativas.
- Se organizan para mejorar las estrategias y el acceso a canales de comercialización de alimentos en circuitos cortos. Se agrupan para la producción compartida o la transformación.
- Promueven la formación, capacitación y el desarrollo de capacidades para la producción agroecológica y sustentable.
- Realizan acciones para su visibilización y participación política.

HUERTOS URBANOS

- Son áreas productivas de dimensiones reducidas, suelen construirse en lotes baldíos, parques, camellones y jardineras públicas.
- Existen dos tipos de tenencia de los predios: públicos (bajo resguardo y gestión de gobiernos locales) y privados (pertenecientes a una persona o grupo de personas que poseen legalmente el terreno).
- Su gestión está condicionada por el tipo de tenencia: gubernamental (espacios públicos), civil (espacios privados) o mixta (espacios públicos donde quienes participan, tienen capacidad de acción y se involucran en los procesos de toma de decisiones).

- Aunque su objetivo principal es la producción de alimentos a pequeña escala (autoconsumo), pueden tener otras vocaciones: recreación, terapéutico, educativo o integración comunitaria.
- Su manejo técnico se centra en el enfoque de la agroecología (Altieri, 2019: pp. 10).

MERCADOS Y TIANGUIS

- Son espacios de venta periódicos con fechas prefijadas y definidas. Se dedican principalmente a la alimentación (productos frescos, con nula o poca transformación).
- Los productores realizan la venta directa. La interacción es "cara a cara" y sólo en las transacciones comerciales, no se generan compromisos de compra periódica.

PRODUCCIÓN FAMILIAR (AGRICULTURA FAMILIAR)

- Uno o más miembros de la familia se involucran en la toma de decisiones y operación del predio. Éste puede ser heredado o parte de la sucesión de la familia/hogar. Se le considera un lazo con la cultura y la comunidad rural.
- La administración de la unidad económico-productiva se le adjudica al jefe o jefa del hogar.
- El tamaño de la explotación y/o de la producción es determinante para su clasificación.
- La producción agropecuaria contribuye a los ingresos familiares o al consumo de alimentos.

REDES DE SEMILLAS

- Son entidades colectivas que agrupan a diversos actores vinculados con las semillas, desde la producción hasta el consumo.
- Articulan acciones de rescate, producción, conservación y distribución de semillas, de sensibilización con público en general, y de participación política para su defensa.
- Valorán la producción agroecológica, las semillas nativas, criollas y de polinización abierta.
- Construyen colectivamente conocimientos técnicos relacionados con las semillas.

SISTEMAS PARTICIPATIVOS DE GARANTÍA (SPG)

- Agrupan diversidad de actores comprometidos con el SPG: consumidores, productores, transformadores, centros de investigación, organizaciones de la sociedad civil, entre otros.
- Visión común compartida respecto a la certificación participativa.
- Transparencia entre sus participantes y el público en general, sobre el funcionamiento, normas y toma de decisiones.
- Aunque puede haber división de tareas al interior, la toma de decisiones es horizontal.

TIENDAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS

- Cuentan con un local fijo y un horario de atención al público definido.
- Comercializan alimentos y otros bienes producidos ecológicamente.
- Los productores tienen un rol de proveedores y normalmente no hay espacios de venta directa de su parte hacia los consumidores.

**CONCEPTOS CLAVE**

Para orientar al lector del presente manual, respecto al enfoque de la investigación que le dio origen, a continuación, se presentan descritos los conceptos que le han servido de fundamento: Agroecología, Buenas prácticas, Cadenas cortas de comercialización, Ciudadanía alimentaria, Derecho humano a la alimentación adecuada, Economía social y solidaria, Redes Alimentarias Alternativas (RAA), Sistema de información geográfica, Sistema agroalimentario, y Soberanía alimentaria. Por último, se enlistan las características de las Categorías que integran a las iniciativas de este documento.

Cabe señalar que no todos los circuitos cortos funcionan en la lógica de los conceptos antes señalados, que no todo emprendimiento de producción y distribución de alimentos orgánicos tiene características de colectividad, ni promueve los valores de dicho modelo económico (Guerra, 2006) (Santamaría et al., 2018). Esto es importante en momentos donde la percepción del riesgo, entre las y los consumidores ante la emergencia sanitaria, se convierte en terreno fértil para especular con el mercado orgánico o, en general, con el mantenimiento de la salud.

AGROECOLOGÍA

La agroecología consiste en una serie de prácticas donde campesinos e indígenas rescatan sus formas tradicionales de producción y experimentan nuevos procesos a partir de la interacción con otros campesinos, poniendo un especial énfasis en las comunidades locales y su capacidad para experimentar, evaluar y ampliar su margen de innovación. Implica un cambio epistemológico, técnico y social desde donde se están aportando las bases científicas, metodológicas y técnicas para una nueva revolución agraria a escala mundial (Altieri & Toledo, 2011).

Al hablar de agroecología, nos referimos tanto a un conjunto de prácticas, como a una ciencia:

[...] se basa en la aplicación de la ciencia ecológica al estudio, diseño y manejo de agroecosistemas sustentables [...] Los principios básicos de la agroecología incluyen: el reciclaje de nutrientes y energía, la sustitución de insumos



externos; el mejoramiento de la materia orgánica y la actividad biológica del suelo; la diversificación de las especies de plantas y los recursos genéticos de los agroecosistemas en tiempo y espacio; la integración de los cultivos con la ganadería, y la optimización de las interacciones y la productividad del sistema agrícola en su totalidad, en lugar de los rendimientos aislados de las distintas especies (Altieri & Toledo, 2011, pág. 5).

La agroecología busca caminar:

hacia un paradigma alternativo que promueve la agricultura local y la producción nacional de alimentos por campesinos y familias rurales y urbanas a partir de la innovación, los recursos locales y la energía solar [lo que implica para los campesinos] la posibilidad de acceder a tierra, semillas, agua, créditos y mercados locales, a través de la creación de políticas de apoyo económico, iniciativas financieras, oportunidad de mercados y tecnologías agroecológicas (Altieri & Toledo, 2011, pág. 4).

BUENAS PRÁCTICAS

El concepto de “buenas prácticas” se refiere a toda experiencia que se guía por principios, objetivos y procedimientos apropiados o pautas aconsejables que se adecuan a una determinada perspectiva normativa o a un parámetro predeterminado, así como también toda experiencia que ha arrojado resultados positivos y demostrado su eficacia y utilidad en un contexto concreto (Banco de experiencias del Plan Andino) [...] Las buenas prácticas son recomendaciones, normas, directrices, lecciones, plasmadas en códigos, reglamentos, guías, para las acciones (prácticas) de actores concretos, en función de determinados resultados esperados y metas a alcanzar, que tienen implícita la noción de evolución lineal y la aspiración sobre determinados parámetros ideales (Arancibia et al., 2015).

CADENAS CORTAS DE COMERCIALIZACIÓN

Las cadenas cortas o Circuitos cortos de comercialización, resultan ser vías posibles para la distribución y el acceso de alimentos al ir más allá de la comercialización. Los involucrados comparten territorios en un sentido amplio, acuerdos previos y formas novedosas de ejercer ciudadanía alimentaria. Por ello se considera esencial el reconocimiento e impulso de estos circuitos, en tanto “prácticas de circulación de los sistemas agroalimentarios que poseen una o ninguna fase de intermedia entre el productor y el consumidor final.” (López García, 2012)

CIUDADANÍA ALIMENTARIA

Ciudadanía alimentaria es un concepto clave, pues la alimentación se asume como un hecho social, constituyente de las sociedades. Así mismo, es un hecho económico, y esta interrelación de funciones y actores influye en la generación de modelos alimentarios (Benito & Cabedo, 2014). Es decir, implica personas movilizándose para lograr ejercer su derecho a la alimentación, con sus propias preferencias sobre qué comer y cómo hacerlo; por tanto, se encuentra en la esfera de la colectividad.

DERECHO HUMANO A LA ALIMENTACIÓN ADECUADA

Otro concepto fundamental aquí es el Derecho humano a la alimentación adecuada, considerando que el cuidado de la alimentación es un derecho reconocido por más de 30 países, entre ellos México, donde se establece que:

Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios; tiene así mismo derecho a los seguros en caso de desempleo, enfermedad, invalidez, viudez, vejez y otros casos de pérdida de sus medios de subsistencia por circunstancias independientes de su voluntad. (ONU & CESCR, 1999)

Este derecho se ejerce cuando todo hombre, mujer o niño, ya sea sólo o en común con otros, tiene acceso físico y económico, en todo momento, a la alimentación o a los medios para obtenerla. (ONU & CESCR, 1999). Comprende la disponibilidad de alimentos en cantidad y calidad suficientes para satisfacer las necesidades alimentarias de los individuos, sin sustancias nocivas, y aceptables para una cultura determinada. Así mismo, su accesibilidad en formas sostenibles, que no dificulten el goce de otros derechos humanos.

ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

Para poder hablar de Economía social y solidaria (ESS), es necesario señalar que no hay un concepto único respecto a qué es la economía, ya que este es un campo en disputa y no un concepto “acabado” como pretende hacer ver la perspectiva hegemónica hoy en día. Entenderla como un sistema de procesos que incluyen la producción, la distribución y el consumo, que permite la repro-

ducción de la vida de una sociedad o comunidad, y de sus miembros (Coraggio, 2011), nos permite aproximarnos a otras formas de entender lo económico.

La ESS puede considerarse como una corriente que se desprende de la Economía Social, campo con más de 100 años de historia, y que engloba a un sector más institucionalizado, comúnmente asociado al cooperativismo y mutualismo tradicionales. Busca repensar lo económico desde una lógica diferente, poniendo a la vida en el centro y no a la acumulación de capital.

Un punto de partida al analizar las Redes Alimentarias Alternativas, es que su accionar se enmarca dentro de la ESS, aquí entendida desde la definición de José Luis Coraggio como:

“(…) un proyecto de acción colectiva [que busca] contrarrestar las tendencias socialmente negativas del sistema existente, con la perspectiva –actual o potencial– de construir un sistema económico alternativo […] todo ello enmarcado por el principio ético de la reproducción ampliada de la vida de todos” (Coraggio J. L., 2011, pág. 381).

El conjunto de prácticas que pueden enmarcarse dentro de la ESS es amplio y puede incluir:

empresas de inserción social, cooperativas de iniciativa social y/o utilidad pública, asociaciones y fundaciones que realizan actividades económicas con finalidad social, sociedades laborales del tercer sector, iniciativas que promueven el comercio justo, solidario y/o ecológico, entidades promotoras de nuevas empresas solidarias, iniciativas que promueven el consumo responsable, las redes de trueque y/o bancos del tiempo, la banca ética, las empresas recuperadas y autogestionadas por las personas trabajadoras, etc. En síntesis, un movimiento que va adquiriendo estructuras de trabajo en red a nivel local, regional y global que tiene como principal reto el lograr que experiencias, a menudo consideradas como testimoniales, logren contribuir a la transformación social y al surgimiento de un modelo socioeconómico alternativo (Aldanondo, y otros, 2011).

REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS

Este trabajo se ocupa principalmente de las Redes Alimentarias Alternativas, se le considera un concepto más amplio que puede definirse como “los mecanis-

mos, sistemas, circuitos o canales de producción, distribución y consumo de alimentos que se fundamentan en la re–conexión o comunicación cercana entre productor, producto y consumidor, que articulan nuevas formas de relación y gobierno de la red de actores y que estimulan una distribución del valor más favorable a los productores originarios” (Sánchez, 2009).

Sin embargo, este concepto trasciende a la disminución de intermediaciones y responde además a las cualidades de la relación entre productores y consumidores, la transparencia de acceso a la información del origen de los alimentos, la forma de producirse y transformarse, así como la creación de relaciones de confianza entre las y los actores involucrados en dichos procesos.

SISTEMA AGROALIMENTARIO

El Sistema agroalimentario puede concebirse como el complejo de interrelaciones entre la producción de alimentos, su distribución y su consumo (Gerritsen et al., 2019), (Espinoza, 2000). A menudo se piensa dicha interrelación con referencia a los sistemas industrializados, sin embargo, aquí se incluyen a pequeños y medianos productores, como participantes de la agricultura familiar y campesina; así como a los agentes involucrados a escala local.

Los Sistemas agroalimentarios sustentables tiene fines y principios que buscan una mejor calidad de vida, de acuerdo con Marielle et al. (1997), son el conjunto de prácticas y sujetos que intervienen en todas sus fases: los procesos de producción (incluyendo los subprocesos de transformación), circulación (distribución, comercialización, mercadeo, publicidad y almacenamiento) y consumo (uso y desecho de alimentos), interrelacionados de manera compleja.

Estos sistemas pueden ser sostenibles cuando contribuyen a la Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN) sin que se comprometan las bases económicas, sociales y ambientales para generar seguridad alimentaria para futuras generaciones. Además, los ambientes alimentarios saludables permiten a las y los consumidores tomar decisiones nutricionales con el potencial de mejorar su dieta y reducir la prevalencia de malnutrición en todas sus formas. Las dietas sostenibles son protectoras y respetuosas con la biodiversidad y los ecosistemas, son culturalmente aceptadas, económicamente justas y asequibles, nutricionalmente adecuadas, seguras y saludables, mientras se optimizan recursos naturales y humanos (HLPE, 2017).

SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA

El concepto Sistema de Información Geográfica (SIG) se refiere a “un sistema de hardware, software, datos y usuarios que permite capturar, almacenar, desplegar, cartografiar, analizar, etc., información geográfica y con ello ayudar a la toma de decisiones” (Bosque Sendra, 1997).

En la actualidad, el término SIG está ampliamente difundido, tanto en la geografía como en otras ciencias, especialmente en aquellas vinculadas con la planificación territorial y la resolución de problemas socioeconómicos y ambientales. Sin embargo, su definición es compleja debido a sus capacidades técnicas y analíticas, así como su carácter multipropósito; la propuesta por el National Center for Geographic Information and Analysis (NCGIA) de los Estados Unidos, resulta útil y operativa: “un SIG es un sistema de información compuesto por hardware, software y procedimientos para capturar, manejar, manipular, analizar, modelizar y representar datos georreferenciados, con el objetivo de resolver problemas de gestión y planificación”.

Por otra parte, cualquier ciencia relacionada con el espacio analiza el territorio mediante diferentes capas temáticas (uso de suelos, vegetación, red hidrográfica, etcétera), detectando y usando, aislada y conjuntamente, distintos estratos de información de una misma zona. De tal forma, es posible analizar cada capa temática según los objetivos de estudio. La ventaja de los SIG al respecto, es que pueden relacionar las distintas capas entre sí, lo cual confiere inmensas posibilidades y capacidades de análisis para responder a peticiones o problemas complejos, y por ello producir mapas que representen escenarios reales o simulaciones de gran utilidad.

SOBERANÍA ALIMENTARIA

La noción de Soberanía alimentaria surgió inicialmente disputándole sentido al de *Seguridad alimentaria*, impulsado desde la década de los 70 por instancias como la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). A grandes rasgos, desde la Seguridad alimentaria se señala que, para garantizar la alimentación de la población, los países deben asumir modelos que les garanticen acceso a los alimentos, aunque esto implique que sean importados, en el mejor de los casos baratos, en lugar de tratar de producirlos por sí mismos.

El concepto de Soberanía alimentaria fue expresado por primera vez en 1996 por la organización internacional Vía Campesina, la cual señala que el mo-

delo económico neoliberal es el causante de la crisis alimentaria, enfatizando que no es posible encontrar soluciones a dicha crisis en su interior, por lo que es necesario un modelo de *soberanía alimentaria* que promueva la agricultura familiar (Hernández & Aurélie, 2009).

Este concepto pone en el centro a las personas, desde la producción hasta el consumo local de alimentos. La Vía Campesina lo define como:

[...] el derecho de los pueblos a alimentos sanos y culturalmente adecuados, producidos mediante métodos sostenibles, así como su derecho a definir sus propios sistemas agrícolas y alimentarios. Desarrolla un modelo de producción campesina sostenible que favorece a las comunidades y su medio ambiente. Sitúa las aspiraciones, necesidades y formas de vida de aquellos que producen, distribuyen y consumen los alimentos en el centro de los sistemas alimentarios y de las políticas alimentarias, por delante de las demandas de mercados y empresas (La Vía Campesina, 2011).

Por tanto, es la capacidad de control y decisión soberana en toda la red alimenticia, desde la producción hasta el consumo; se basa en el control de todo el proceso productivo incluyendo los medios de producción por parte del productor, y el acceso a la tierra y al agua (Acción Ecológica, 1999). La Soberanía alimentaria es considerada como parte fundamental para el alcance de la Seguridad alimentaria, y por ende el Derecho Humano a la Alimentación Adecuada, significando también el camino hacia la sostenibilidad de la producción local, la cual tiene impacto directo principalmente sobre las poblaciones rurales (Acción Ecológica, 1999).



BIBLIOGRAFÍA

- ALDANONDO, L. G., Pérez de Mendiguren Castresana, J. C., lametti Señorino, A., Deux Marzi, M. V., Vázquez, G., & Uribe, A. (2011). Experiencias de Economía Social y Solidaria: Compartiendo estrategias y aprendizajes. *Papeles de Economía Solidaria*, 2.
- ALTIERI, M. y Toledo. V.M. (2011) "The agroecological revolution of Latin America: rescuing nature, securing food sovereignty and empowering peasants", *The Journal of Peasant Studies* 38 (3):587–612.
- ALTIERI, M. A., & Nicholls, C. I. (2018). Agroecología urbana: Diseño de granjas urbanas ricas en biodiversidad, productivas y resilientes. *Agro Sur*, 46(2), 49–60. <https://doi.org/10.4206/agrosur.2018.v46n2-07>
- ANDRADE Vinuesa, S. (2014, diciembre 22). La semilla: Patrimonio de los pueblos al servicio de la humanidad. Biodiversidad en América Latina. http://www.biodiversidadla.org/Documentos/La_semilla_patrimonio_de_los_pueblos_al_servicio_de_la_humanidad
- ARANCIBIA, I., Chavez Luna, L., & Maidana, D. (2015). Malas prácticas. Desafíos teóricos, políticos y metodológicos de presentar experiencias de Economía Popular Solidaria [Producto del proyecto "Malas Prácticas": Estudio de Casos Significativos de Economía Popular Solidaria en Argentina y Latinoamérica].
- BENITO, C. G., & Cabedo, C. L. (2014). ¿Consumidores o ciudadanos?: Reflexiones sobre el concepto de ciudadanía alimentaria. *Panorama social*, 19, 77–90.
- BERNARDO Hernández, M. de J. (2007). Comercio justo: Fortaleciendo la economía familiar de actores rurales y urbanos. En P. Gerritsen & J. Morales Hernández (Eds.), *Respuestas locales frente a la globalización económica. Productos regionales de la Costa Sur de Jalisco, México*. (Primera, pp. 214–225). Universidad de Guadalajara; ITESO; RASA.
- BOSQUE Sendra, J. (1997). La ciencia de la información geográfica y la geografía. VII Encuentro de Geógrafos de América Latina. Publicaciones CD, Inc. CD-ROM, 15.
- CORAGGIO, J. L. (2011). Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital (Primera). Abya Yala / FLACSO.
- ESPINOZA, A. M. (2000). Los principales enfoques teóricos y metodológicos formulados para analizar el sistema agroalimentario. *Revista agroalimentaria*, 6(10), 75–88.

- FAO. (2020). Cooperativas y Organizaciones de Productores. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. <http://www.fao.org/partnerships/cooperatives/es/>
- FAO. (2020a, abril 22). Impact on food and agriculture. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <http://www.fao.org/2019-ncov/q-and-a/impact-on-food-and-agriculture/es/>
- FAO, & CELAC. (2020). Seguridad Alimentaria bajo la Pandemia de COVID-19 (p. 26). FAO y CELAC.
- FAO, F. (2020b). Versión resumida de El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2020: Transformación de los sistemas alimentarios para que promuevan dietas asequibles y saludables (Primera). FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. <https://doi.org/10.4060/ca9699esAlso> Available in: Chinese English Arabic French Russian
- FPH. (2020). Carta abierta a Latinoamérica y el Caribe: El hambre y la malnutrición, la otra cara del COVID-19. Frente Parlamentario Contra el Hambre de América Latina y el Caribe. <http://parlamentarioscontraelhambre.org/noticias/carta-abierta-el-hambre-y-la-malnutricion-la-otra-cara-del-coronavirus/>
- GARCÍA López, V., & Greenwood-Sánchez, D. (2020, octubre 9). Semillas de Esperanza en Tiempos Inciertos [9/10/2020]. NACLA. Reporting on the Americas since 1967. <https://nacla.org/produccion-semillas-coronavirus>
- GERRITSEN, P., Sanchez Bernal, V., & Torres Rodríguez, G. (2019). "La cara oculta de la seguridad alimentaria" Estudio de caso del sur de Jalisco, Occidente de México. *Brazilian Journal of Development*, 5(7), 7569-7585.
- GUERRA, P. (2006). La economía de la solidaridad. O la vuelta de los valores sociales a la economía. *Revista umbrales*, 168, 1-7.
- HLPE. (2017). Nutrition and food systems (Report Núm. 12; p. 152). High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security. <http://www.fao.org/3/a-i7846e.pdf>
- JARAMILLO, S. G., & Kirwan, E. (2009). Las canastas comunitarias en Ecuador: Una apuesta por la salud, la economía y la solidaridad. *Letras Verdes. Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, 5, 9-11. <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.5.2009.849>
- JUSIDMAN-RAPOPORT, C. (2014). El derecho a la alimentación como derecho humano. *Salud Pública de México*, 56(Supl 1), S86-S91.
- LÓPEZ García, D. (2012). Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador. *Soberanía alimentaria, biodiversidad y culturas*, 8, 0020-0024.
- LA Vía Campesina. (2011). La agricultura campesina sostenible puede alimentar al mundo. <https://viacampesina.org/es/wp-content/uploads/sites/3/2011/03/ES-paper6-min.pdf>
- MARTÍNEZ Soria, J., Torres Ramírez, C., & Orozco Rivera, E. D. (2020). Características, medidas de política pública y riesgos de la pandemia del Covid-19. *Documentos de Trabajo*, 21. <http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/handle/123456789/4816>
- MÉNDEZ Gutierrez del Valle, R., & Montserin Abella, O. (2017). Redes alimentarias alternativas en grandes ciudades: Los mercados de productores agrarios en Madrid. *Cuadernos Geográficos*, 56(1), 193-216-216. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v56i1.4049>

- MONACHON, D. S. (2017). *Redes Alimentarias Alternativas: Nuevos compromisos políticos y sociales. Un estudio comparativo Franco-Mexicano* [Tesis Doctoral, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS]. <https://ciesas.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1015/651/1/TE%20M.%202017%20David%20Sebastien%20Monachon.pdf>
- MORALES, J., Alvarado, E., & Vélez, L. (2017). Los saberes campesinos y la construcción de conocimientos en torno a agriculturas más sustentables. Una experiencia desde Jalisco, México. En A. Hernández, *Voces rurales. Los saberes de los pequeños productores de México y Latinoamérica* (Primera, pp. 111-141). Universidad de Guadalajara.
- ONU, & CESC. (1999). El derecho a una alimentación adecuada (art. 11): 12/O5/99.E/C.12/1999/5, CESC OBSERVACION GENERAL 12. (General Comments). Consejo Económico y Social; E/C.12/1999/5, CESC Observación general 12. <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2001/1450.pdf>
- PÉREZ Cárdenas, E. (2020). Perspectivas urbanas en el manejo de los recursos naturales. *IXAYA*, 18, 159-182.
- PLOEG, J. D. (2015). El campesinado y el arte de la agricultura. Un manifiesto chayanoviano. (Primera). Universidad Autónoma de Zacatecas; Porrúa.
- REDMTMO. (2015). *Guía informativa sobre certificación participativa*. Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos. <https://studylib.es/doc/4795995/certificación-participativa---tianguis-y-mercados-orgánicos>
- SADER, S. (2020). ACUERDO por el que se modifican, adicionan y derogan diversas disposiciones del diverso por el que se dan a conocer los Lineamientos para la operación orgánica de las actividades agropecuarias, publicado el 29 de octubre de 2013, publicado en el DOF, el 08 de junio de 2020. DOF. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/561614/Cortes_a_Versi_n_corrida_2013-2020_Acuerdo_de_L_neamiento_para_la_operaci_n_org_nica_agropecuaria.pdf
- SÁNCHEZ Hernández, J. L. (2009). *Redes Alimentarias Alternativas: Concepto, tipología y adecuación a la realidad española*. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles., 49, 24.
- SANTAMARÍA, E., Collin, L., & De la Haba, J. (2018). Investigando economías solidarias (acercamientos teóricos-metodológicos) (Priera). ERAPI-ICA.
- SHIVA, V. (2017). ¿Quién alimenta realmente al mundo?: El fracaso de la agricultura industrial y la promesa de la agroecología (1er ed.). Capitán Swing.
- YASELGA, P. (2013). El proceso de los circuitos económicos solidarios interculturales. En *Economía Solidaria Patrimonio Cultural de los Pueblos* (p. 36). Abya-Yala / Universidad Politécnica Salesiana.



DIRECTORIO

Durante el transcurso de la investigación se registraron 94 experiencias vinculadas con la producción, distribución, comercialización y consumo de alimentos, que funcionan como Redes Alimentarias Alternativas, son estas iniciativas las que se recopilan y presentan aquí.

En todas ellas, naturalmente existe una persona responsable de la comunicación; sin embargo, debe advertirse que, en general, se trata de organizaciones que tienden a conservar un mando horizontal en la toma de decisiones. Es posible observar que algunas de éstas han logrado construir áreas de atención especializadas o comisiones; de acuerdo con la naturaleza de la iniciativa y el tamaño de la organización; mientras que en otras dichas funciones se encuentran menos delimitadas.

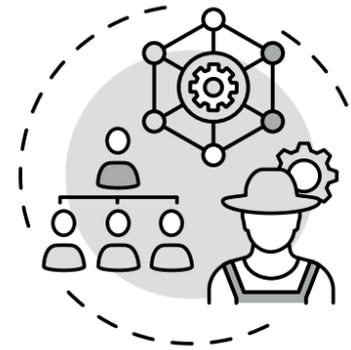
El directorio incluye iniciativas de los estados de Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit, pertenecientes a la región occidente de México. La metodología empleada para la recolección de información que aquí se encuentra, fue vía cuestionarios electrónicos, los cuales se hicieron llegar previa invitación a las organizaciones. En la mayoría de los casos, éstas fueron acompañadas por investigadores participantes para su llenado o verificación.

DATOS CONTENIDOS EN EL DIRECTORIO

Cada apartado contiene los siguientes datos:

- Entidad federativa
- Categoría utilizada para ubicar al tipo de organización
- Nombre de la organización
- Municipio en que se encuentra
- Correo electrónico de contacto
- Redes sociales y/o página web activas

Por último, encontrará que cada apartado agrupa a varias experiencias por categoría; únicamente “La conservación de semillas” y “Los Sistemas Participativos de Garantía” contienen una sola iniciativa, hemos decidido hacerlo así, para resaltar la importancia de las tareas realizadas por ambas categorías.



Colima

CATEGORÍA GRUPO DE PRODUCTORES			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Rancho Escuela de producción y formación agroecológica	Cuauhtémoc	agriculturadevida@gmail.com	
CATEGORÍA HUERTOS URBANOS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Taller de agroecología urbana Oasis (El deber es nuestro A.C.)	Colima	polvocal@gmail.com	FB. @OasisEspacio IG. @oasis.espaciobiocultural
Comunidades urbanas de aprendizaje campesino	Villa de Álvarez	frenteendefensadelmaizcolima@gmail.com	FB. @FrenteDefensaMaiz TW. @DefensaMaizCol
CATEGORÍA MERCADOS Y TIANGUIS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Productos saludables y eco-amigables de Colima	Colima	anafernanda.goribar@gmail.com	
CATEGORÍA PRODUCCIÓN FAMILIAR			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Los Pichichiles	Cuauhtémoc	montaudonferrer@gmail.com	FB. @Rancho Los Pichilines
Rancho Nextia	Comala	msu@nextia.org	FB. @ranchonextia IG. @ranchonextia WEB https://ranchonextia.org/
Vikinga tropical	Tecomán	vikingatropical2013@gmail.com	FB. @productoslibrepastoreo IG. @vikinga.tropical YT. Vikinga Tropic
CATEGORÍA TIENDAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web

Green Market	Colima	arosas@plazasanfernando.com	FB. @SanFernandoGreenMarket
CATEGORÍA OTROS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Huerto make make	Villa de Álvarez	moises@migdolgroup.com	FB. @huertomake IG. @huerto_makemake

Jalisco

CATEGORÍA DISTRIBUIDORES Y CONSUMIDORES			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
ACAMPO	Zapotlán el Grande	acampomx@gmail.com	FB. @acamponevadodecolimamexico
Alimento Sano	Zapotlán el Grande	helen.udg@gmail.com	FB. @alimento-Sano-Ciudad-Guzmán-Jalisco
Cooperativa de Consumo Consciente MILPA	Guadalajara	cccmilpa@gmail.com	FB. @CCcmilpa IG. @cccmilpa WEB https://cooperativamilpa.org/ YT. Cooperativa Milpa
Raíces. Red de productores Tequila	Tequila	alexa11_29@hotmail.com	FB. @RaicesRedDeProductoresTequila
Tierra Fértil	Guadalajara	tierrafertildistribuidora@gmail.com	FB. @tierrafertildistribuidora IG. @tierrafertilgdl
CATEGORÍA GRUPO DE PRODUCTORES			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Comunidad Terapéutica	Zapotlán el Grande	amador_nava_1@hotmail.com	
Comunidad Creativa Entreflores	Zapopan	juanfranciscogallardopalacios@gmail.com	FB. @CCEntreflores IG. @ccentreflores

Ecocuecxco	Tlajomulco de Zúñiga	ecocuecxco@yahoo.com.mx	FB. @Ecocuecxco
Escuela Campesina de Educación Popular y Alternativa Solidaria	Cuatitlán de García Barragán	rigolfredo@gmail.com	FB. @escuela.campesina.9
Esperanza de vida	Tapalpa	cucaflores@prodigy.net.mx	
Mercadito Solidario	Tapalpa	cucaflores@prodigy.net.mx	
Red Alternativa Solidaria RASol	San Pedro Tlaquepaque		FB. @RASOL.OFICIAL
Red de Alternativas Sustentables Agropecuarias de Jalisco (RASA)	Ixtlahuacán de los Membrillos		FB. @Red de Alternativas Sustentables Agropecuarias
Tótem Granja Cunicola Sustentable	San Pedro Tlaquepaque		FB. @totemgco IG. @totemgco WEB www.totemgco.com YT. @totemgco
Unión de Comerciantes, Empresarios y Prestadores de Servicios de El Grullo A.C.	El Grullo		FB. @UCEPSELGRULLO

CATEGORÍA HUERTOS URBANOS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Autosustentabilidad en espacios urbanos	Tlajomulco de Zúñiga	citlalimon12@gmail.com	
Colectivo Agroecológico Teocintle	Zapopan	colectivoteocintle@gmail.com	FB. @ColectivoTeocintle
Ecocentro Providencia	Guadalajara		IG. @ecocentro_providencia
Huerto Comunitario Tlacuache	Guadalajara	huertocomunitariohuentitan@gmail.com	FB. @huertodehuentitan
Red de Agricultura Urbana de la Zona Metropolitana de Guadalajara	Zona Metropolitana	redagriculturazmg@gmail.com	FB. @redauzmg
Red Tekia Agroecológica	Zapopan	redtekia.agroecologica@gmail.com	FB. @redtequia

CATEGORÍA MERCADOS Y TIANGUIS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Feria de Productores	Zapopan, y Tlajomulco de Zúñiga	feria.productores.mx@gmail.com	FB. @FeriaDeProductores.mx TW. @FProductores IG. @feriamx WEB www.feriadeproductores.mx/
PoshtecatI tianguis de economía solidaria	Zapotlán el Grande	yotl.sevila@gmail.com	FB. @PochtecatICITER
Tianguis de productores del CUCsur	Autlán de Navarro	atlmolli.0616@gmail.com	FB. @TIANGUISCUCSUR
Vegatianguis	Guadalajara	betzabe_3089@hotmail.com	FB. @vegatianguis

CATEGORÍA PRODUCCIÓN FAMILIAR			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Abarrotés Bautista	El Limón	pfigueroa@cucsur.udg.mx	
Casa caracol	Tapalpa	gabyguerrerozt@gmail.com	FB. @GabyCasaCaracol IG. @casacaracolgg
Huerta de Trejo	Zapotlán el Grande		
La Cañada	Unión de Tula	misterio_ganez@live.com.mx	
La Casa del Maíz Tlajomulco	Tlajomulco de Zúñiga	chekiro.74@gmail.com	FB. @lacasadelmaiztlajomulco
La Divina Providencia	Unión de Tula	doralia.arrollo.s@gmail.com	FB. @AT.DivinaProvidencia
Pollos ecológicos "La guacamaya"	Casimiro Castillo	bodegac6@hotmail.com	FB. @PolloLifeLgn
Rancho Los Alisos	Ixtlahuacán de los Membrillos	bhmj_19@hotmail.com	FB. @RanchoLosAlisos
Rancho Xochipilli	Chapala	enciso-t@hotmail.com	FB. @RanchoXochipilli
Santa Pradera	Tepatitlán de Morelos	gerencia@santapradera.com.mx	FB. @santa_pradera
Tochpan	Tuxpan	raulgm1712@yahoo.com.mx	FB. @tochpanmx

Tostadas el Diamante	Unión de Tula		
CATEGORÍA RED DE SEMILLAS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Red de Guardianes y Guardianas de Semillas de Occidente	Jalisco	redsemillaoccidente@gmail.com	
CATEGORÍA SISTEMA PARTICIPATIVO DE GARANTÍA			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Mercado agroecológico El Jilote		certificacion.eljilote@gmail.com	FB. @ElJilote IG @el_jilote WEB. www.eljilote.org
CATEGORÍA TIENDAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Tlalixpan Tienda ecológica	Guadalajara	tlalixpanorganico@gmail.com	FB. @tiendatlalixpan TW. @Tlalixpan IG. @tlalixpan WEB. www.tlalixpan.com YT. Tlalixpan tienda ecológica sin empaques
CATEGORÍA OTROS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Producción de Hongos comestibles medicinales y para biorremediación	Zapopan	garden.kuuts@gmail.com	FB. @garden.kuuts IG. @garden.kuuts WEB www.gardenkuuts.com.mx
Productos naturales "El nahual"	Zapotlán el Grande	productosnaturaleselnahual@gmail.com	FB. @Productos-Naturales-El-Nahual IG. @productos.naturales.elnahual

Michoacán

CATEGORÍA DISTRIBUIDORES Y CONSUMIDORES			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Comercialización de agro insumos y productos orgánicos	Nahuatzen	hugotorresacuchi@hotmail.com	
El Árbol proyecto cooperativas	Morelia	jasal.oi@gmail.com	FB. @proyecto.cooperativa.mx
Mercado Buen Provecho	Pátzcuaro	octli96@yahoo.com.mx	
Mercado de Intercambio de Pátzcuaro	Pátzcuaro		
Mercado Popular Solidario	Morelia	nostalgia1212@hotmail.com	FB. @mercadopopularsolidario
Red Tsiri	Pátzcuaro	redtsiri@gira.org.mx	FB. @RedTsiri.Maiz
CATEGORÍA GRUPO DE PRODUCTORES			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Akua	Pátzcuaro	tlanemani8@gmail.com	
Comunidad Ecológica Jardines de la Mintsita	Morelia	jardinesdelcorazon@gmail.com	FB. @Comunidad Ecológica Jardines de la Mintsita
Eco Rancho Tungui	Uruapan	ecoranchotungui@gmail.com	FB. @ERT2017
Fundación Amigos de Agua Blanca	Jungapeo	info@aguablanca.mx	
Granja Agroecológica Los Ruiseñores / Tienda Agroecológica La Tapanca	Pátzcuaro	paco.ruiz.fro@gmail.com	
HONGOSSA	Pátzcuaro	hongossa@gmail.com	
Iniciativa Las Canoas Altas A.C.	Erongarícuaro	canoas.altas.mx@gmail.com	WEB. www.lascanoasaltas.org
La Lechee	Tarímbaro	lalechee.contacto@gmail.com	FB. @lalecheequesos IG. @lalechee_

Lilliux cacao & café	Morelia	choco.cafe.piloncillo@gmail.com	FB. @cafelilliux
Producción y Comercialización de Humus Lombrícola Sólido y Líquido Producción y Comercialización de Maíz y Harina de Maíz Orgánico	Paracho	rociogrulla@yahoo.com.mx	
Rancho Agroecológico "El Álamo"	Zinapécuaro	vickyzamora@hotmail.com	FB. @ Rancho- Agroecológico-El-Álamo-
Rancho de Nuestra Señora del Socorro	Tarímbaro	ranchosenoradelsocorro@gmail.com	FB @ Rancho-de-Nuestra- Señora-del-Socorro IG. @ranchodelsocorro
Rancho los Nogales	Pátzcuaro	gknobl@yahoo.com	FB. @Rancho-Los-Nogales
Rancho Los Tejocotes	Morelia	miguel.barrera.castillo@gmail.com	
Salsas Artesanales K'ta	Morelia	terralun@prodigy.net.mx	FB. @salsaskta
Agroalimentaria	Nahuatzen	monserrat240299@gmail.com	
Soberanía Alimentaria	Tingambato	monserrat240299@gmail.com	
Tlazohtlalitzli	Zinapécuaro	chewing_ny@outlook.com	FB. @Lazohtlalitzli
Tsintani, A. C.	Acuitzio	bioculturalidades@gmail.com	FB. @tsintaniconservacion
Tsiri jatshiris	Los Reyes	agroima@live.com	
Una alimentación sana y nutritiva	Nahuatzen	luis_ch.f@hotmail.com	
CATEGORÍA HUERTOS URBANOS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Huizache	Morelia	lupitab.1209@gmail.com	
Proyecto agroecológico caltza	Ario de Rosales	anajuzkani@gmail.com	

CATEGORÍA MERCADOS Y TIANGUIS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
La Ruta Natural	Morelia	laruta.natural@hotmail.com	FB. @laruta.natural.9
Mercado orgánico y Natural	Morelia	slowfoodmichoacanq@yahoo.com.mx	FB. @MercadoOrganicoyNatural
Talleres para producción agroecológica y plataforma para comercialización directa (Direct Trade)	Pátzcuaro	farmit.mich@gmail.com	FB. @FarmitMichoacan
TAO Tianguis Artesanal Orgánico	Uruapan	marco_corza@hotmail.com	FB. @ TAOTianguisArtesanalOrganico
Tianguis Purépecha	Pátzcuaro	Tianguis_P@outlook.com	
CATEGORÍA REDES DE SEMILLAS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Producción de Maíz Criollo Orgánico en Michoacán	Paracho	cooperativamarku@hotmail.com	
CATEGORÍA TIENDAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Casa Verde UPN	Uruapan	agencia.lawata@gmail.com	FB. @casaverdeupn IG. @casaverdeupn WEB. https:// tiendacasaverde.com
La Rincón del Bonete SPR DL	La Huacana	elrinconspr@hotmail.com	

Nayarit

CATEGORÍA DISTRIBUIDORES Y CONSUMIDORES			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
La Local, Colaboración Empresarial Nayarita	Tepic	lalocalmx.nay@gmail.com	FB. @lalocalmx

CATEGORÍA MERCADOS Y TIANGUIS			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
La Cruz Market	Bahía de Banderas	lacruzmarket.info@gmail.com	FB. @lacruzmarket IG. la_cruz_market WEB. www.lacruzmarket.com

CATEGORÍA PRODUCCIÓN FAMILIAR			
Nombre de iniciativa	Municipio	Correo de contacto	Redes sociales / Sitio web
Conservación de maíces nativos de Nayarit	Santa María del Oro	gilbertogr60@hotmail.com	
Granja El Paraíso	Bahía de Banderas	timlyzaenelparaiso@gmail.com	
Granja Mecatán	San Blas	Xouchitla@gmail.com	
Hortalizas palomera	Bahía de Banderas	palomera15@hotmail.com	



2021



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara
Coordinación de Programas
de Incidencia Social



CONACYT
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología



REALT
REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS
EN LA REGIÓN OCCIDENTE DE MÉXICO