



MEDIO AMBIENTE

SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES

TIANGUIS AGROECOLÓGICO

DIRECCIÓN DE TRANSVERSALIZACIÓN DEL ENFOQUE
AGROECOLÓGICO Y DEL PATRIMONIO BIOCULTURAL

Fecha: octubre de 2023

ÍNDICE

	Página
I. INTRODUCCIÓN	3
II. JUSTIFICACIÓN	4
III. OBJETIVOS	6
IV. MISIÓN Y VISIÓN	6
V. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	7
VI. ANEXO	11

I. INTRODUCCIÓN

Los pequeños productores del país, sobre todo los que practican el enfoque agroecológico, se encuentran en una situación de riesgo ante las externalidades del modelo de producción agroindustrial, a pesar de que gracias a sus sistemas de producción generan no sólo alimentos sanos sino además contribuyen a la provisión de servicios ecosistémicos y reducen el impacto ambiental, no cuentan con canales de comercialización que les permitan acceder a mercados diferenciados.

Por ello, es necesario establecer tianguis agroecológicos como cadenas cortas de comercialización, que permitan desarrollar una economía solidaria, para satisfacer las necesidades socioeconómicas de los productores y de demanda de alimentos sanos por los compradores. Con ello se contribuirá a la producción sostenible al considerar aspectos ambientales, sociales y económicos que permitan obtener un ingreso suficiente y disminuyan el riesgo económico de los productores.

Por lo anterior, el presente proyecto busca impulsar las cadenas cortas de valor para los pequeños productores que manejan el enfoque agroecológico en sus métodos de producción, mediante la figura de tianguis.

Los tianguis agroecológicos constituyen una alternativa socio-ambiental que puede contribuir no sólo al intercambio de productos, sino al desarrollo social y económico local, al favorecer proximidades entre los actores (vendedores y compradores) y reforzar los lazos sociales de las comunidades. Estos integran una herramienta para solventar la crisis de acceso a los alimentos y la seguridad alimentaria, al favorecer el consumo local de productos frescos a precios justos. La ventaja de este modelo de intercambio es su adaptación a las condiciones sociales, culturales, políticas y ambientales particulares de cada territorio.

Es importante reconocer la necesidad de revalorizar las actividades agrícolas y el trabajo productivo mediante la construcción de cadenas de comercialización alternativas que acerquen a productores y consumidores, facilitando el acceso a alimentos sanos y locales, lo cual coadyuvará también a disminuir el impacto ambiental generado por la movilización de materias y productos, pues al establecer cadenas cortas de valor se reduce o elimina la intermediación, y por lo tanto se da un menor gasto de energía.

En general, el presente proyecto favorece la comercialización directa de productos agroecológicos [o en transición], buscando impulsar el consumo responsable y solidario por medio de intercambios directos entre productores, transformadores, comercializadores y consumidores. Todo esto bajo dos derechos fundamentales: salud y medio ambiente.

II. JUSTIFICACIÓN

De acuerdo con el Fondo de la Población de las Naciones Unidas¹ (UNFPA, por sus siglas en inglés), el mundo se encuentra ante un crecimiento urbano sin precedentes, de las 7,715 millones de personas que habitaban el mundo en 2019, la mitad lo hacía en ciudades. Las tendencias demográficas proyectan que esta tendencia se mantendrá a la alza (se estima que para el año 2050 será un aproximado de 66%).

En el caso de México, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), indica que a nivel nacional la población urbana es el 78% del total. En la Ciudad de México, el 99.5% de la población es urbana y 0.5% rural²

La concentración del consumo de alimentos en las zonas urbanas implica que la estructura de la distribución y el abastecimiento de alimentos tiene cuatro características muy particulares: a) mayor distancia de las zonas de producción a los mercados urbanos más lejanos; b) mayores requerimientos de transporte, calidad, disponibilidad, y volúmenes. La combinación de distancias respecto a los centros de producción y distribución, y la disponibilidad de infraestructura, determinan en gran medida el origen de los alimentos que consumen los hogares. Se estima que alrededor del 70% de los alimentos que consumen las familias mexicanas provienen de cuatro sitios principales: mercados, tiendas de abarrotes, tiendas especializadas y supermercados.³

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés) el 49% de las unidades de producción agrícola del país que destinan sus productos a la venta, la mayoría venden sus cosechas a intermediarios.

¹ Sitio de internet: <https://www.unfpa.org/es/tendencias-demogr%C3%A1ficas>

² Sitio de internet: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/df/default.aspx?tema=me&e=09>

³ Sitio de internet: <http://www.fao.org/3/CA2910ES/ca2910es.pdf>

Cuadro I. Principales destinatarios de la producción agrícola, 2017

Destinatarios de la producción agrícola	Unidades de producción según tipo de destinatario
Intermediario	51.5 %
Directo al consumidor	25.5%
Empacadora o industria procesadora	11.0%
Bajo contrato	3.1%
Bodega o almacén	6.3%
Central de abastos	2.3%
Centro comercial o supermercado	0.3%
Otro tipo de comprador	2.4%

Fuente: FAO, 2019. El sistema alimentario en México – Oportunidades para el campo mexicano en la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible. Ciudad de México. p.23.

En general, el mercado doméstico de alimentos de México está caracterizado por su concentración en grandes comercializadores y la exclusión sobretudo de los pequeños productores. La Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA) 2017⁴, revela que dentro de las principales problemáticas que enfrentan los productores se encuentran varios aspectos relacionados con la falta de acceso a mercado. Por ejemplo, los productores reportan como principales barreras a la venta de sus productos las siguientes causas:

Problemática	Unidades de producción
Dificultad en la comercialización debido a precios bajos	32.00%
Dificultad en la comercialización debido a excesivo intermediarismo	23.61%
Falta de transporte de la producción	11.29%
Falta de información de precios de los productos	9.64%
Falta de organización de la producción	8.88%
Dificultades de almacenamiento	8.30%

Fuente: INEGI, 2018. Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA) 2017. Datos abiertos. México.

Los pequeños productores del país, sobre todo los que practican el enfoque agroecológico, se encuentran en una situación de riesgo ante las externalidades del modelo de producción agroindustrial, a pesar de que gracias a sus sistemas de producción generan no sólo alimentos sanos sino además contribuyen a la provisión de servicios ecosistémicos y reducen el impacto ambiental, no cuentan con canales de comercialización que les permitan acceder a mercados diferenciados.

⁴ Sitio de internet: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ena/2017/doc/mini_ena17.pdf



Por ello, es necesario establecer tianguis agroecológicos como cadenas cortas de comercialización, que permitan desarrollar una economía solidaria, para satisfacer las necesidades socioeconómicas de los productores y de demanda de alimentos sanos por los compradores. Con ello se contribuirá a la producción sostenible al considerar aspectos ambientales, sociales y económicos que permitan obtener un ingreso suficiente y disminuyan el riesgo económico de los productores.

III. OBJETIVOS

GENERAL

Contribuir a la reactivación y fortalecimiento de la economía local y desarrollo social de los pequeños productores agroecológicos, lo que impulsará la preservación y valorización de los agroecosistemas como componentes del patrimonio biocultural, precursores de la soberanía alimentaria, prestadores de servicios ambientales y agentes mitigadores del cambio climático.

ESPECÍFICOS

- Impulsar el desarrollo de cadenas cortas de valor para fortalecer los sistemas de producción agroecológicos.
- Promover el consumo de productos agroecológicos para favorecer el acceso a alimentos sanos
- Reconstruir la cohesión social a través de la generación de espacios de diálogo entre productores y consumidores, que fortalezcan los lazos sociales.

IV. MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

Impulsar el fortalecimiento y la gestión de agroecosistemas resilientes a partir del diálogo de saberes que aseguren la autosuficiencia alimentaria, la óptima protección, conservación y aprovechamiento de los recursos naturales del país, para contribuir al desarrollo sustentable y bienestar de la población.

VISIÓN

Ser un espacio de integración comunitaria donde los productores y productoras agroecológicos oferten sus artículos para la comercialización, garantizando la calidad bajo la premisa de fortalecer la soberanía alimentaria, la autosuficiencia y la diversificación de productos con enfoque de la agroecología y del patrimonio biocultural que, garantizan un modelo de desarrollo económico y social equitativo, inclusivo y sustentable.

V. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Se realizará venta de productos agroecológicos, se colocarán asimismo puestos para universidades o instituciones que promuevan servicios agroecológicos (asesorías, capacitación, etc.) o vendan algún tipo de producto o bioinsumo. En la parte cultural se considera invitar a editoriales para venta de libros e incentivar su venta, obras de teatro para celebrar algún día nacional como por ejemplo: Día Nacional del Maíz; Día Nacional de la Dalia, etc., u otra arte cultural que promueva e incentiva la valorización del Patrimonio Biocultural.

Si considera un aproximado de 30 puestos, que pueden ser distribuidos de la siguiente manera:

- 8 de productores de hortalizas.
- 4 de productores de miel y dulces (dos de miel, dos de dulces)
- 5 productos artesanales y de pequeña industria.
- 3 de cocina de la milpa.
- 4 para universidades, editoriales.
- 2 para instituciones gubernamentales
- 4 lugares quedaran reservados para talleristas o invitados especiales.

– Campaña de Difusión

A la par de las otras actividades, se realizará una campaña de difusión del tianguis agroecológico que tiene como fin la promoción del tianguis destacando la importancia de estos espacios para la comunidad



— Reglamento de Operación del Tianguis

Los lineamientos establecidos en el reglamento de operación serán obligatorios para los participantes del tianguis agroecológico y tiene como objetivo regular las actividades y establecer las bases para la sana convivencia y adecuado funcionamiento del tianguis agroecológico.

Entre otros deberá contener:

1. Lugar y fecha de la realización del Tianguis
2. Horario de atención y a quién está dirigido [consumidores clave]
3. Todos los participantes deben portar su gafete de identificación todo el tiempo dure el tianguis
4. La hora de entrada para montaje de los puestos.
5. La hora de inicio de desmontaje de los puestos.
6. Queda estrictamente PROHIBIDO USAR Y/O PROPORCIONAR desechables, bolsas de plástico, popotes, unicef y/o cualquier otro tipo de producto que no sea amigable con el medio ambiente.
7. Es obligación de las personas productoras mantener y dejar limpio el espacio asignado, así como gestionar los residuos que se generaron durante su venta.
8. Para la promoción de sus productos, no se permite alzar la voz o gritar.
9. El precio de los productos debe ser visible al público.
10. Todos los productos y alimentos que se ofrezcan en el tianguis deberán contar con procesos de elaboración y producción agroecológica, o estar en transición agroecológica.
11. Los alimentos deben ser producidos y conservados en condiciones que garanticen la inocuidad de los alimentos. Por lo que los productores que vendan alimentos, será necesario que porten cofia, cubrebocas, delantal y en su caso guantes para garantizar la inocuidad de los alimentos que ofrecen.
12. La persona que cobre no podrá ser la misma que manipula alimentos, quien deberá usar cofia, tener las uñas cortas y sin joyería.
13. Al finalizar la jornada de tianguis agroecológico, se deberá de contestar la encuesta de opinión a fin de mejorar la calidad de los servicios (anexo 1).

— Identificación

Con el fin de llevar un control de las personas participantes del tianguis y facilitar el acceso a las instalaciones, se imprimirán gafetes de identificación. Se otorgarán dos gafetes por puesto.

Los gafetes deberán contener, como mínimo, con la siguiente información:

- Nombre de la organización.
- Nombre de la persona (representante).
- Firma del Presidente del Comité.
- Fecha de inicio y vencimiento.
- Logo del Tianguis Agroecológico

— Logística de Actividades

ACTIVIDADES		DURACIÓN (HORAS)
8:00 a 9:30	Ingreso de los productores	1.5
	Descarga de productos	
	Acomodo de productos en puestos asignados	
	Entrega de gafetes de identificación	
9:30 a 15:00	Inicio de venta de productos agroecológicos	6
	Cierre de ventas al público en general	
15:00 a 16:30	Resguardo de productos y materiales	1.5
	Levantamiento de puestos	
	Carga de materiales y productos para su salida	
	Retiro de los productores	

— Directorio

Con el fin de contar con la información que permita la identificación o localización de personas, organismos y entidades públicas o privadas que participarán en el Tianguis se elaborará un directorio.

El directorio deberá contener, como mínimo, la siguiente información:

- Número de mesa asignada.
- Nombre de la organización o Nombre del representante de la misma.
- Nombre de las personas asignadas para atender el puesto.
- Dirección.
- Teléfono.
- Correo electrónico.



— **Comité Participativo de Administración del Tianguis Agroecológico**

Para el presente proyecto se ha determinado la conformación de un Comité de Participativo de Administración fundamental para representar los intereses de los diferentes actores del Tianguis Agroecológico.

El Comité se reunirá periódicamente para analizar, evaluar y dar seguimiento a las políticas, estrategias y acciones que en el marco del tianguis se lleven a cabo. Asimismo, el Comité contará con un Grupo Técnico de Certificación cuyo objetivo será regular los procedimientos y tecnologías de producción de los sistemas de producción agroecológicos, a fin de garantizar la calidad de los productos a los consumidores.

ANEXO I

CUESTIONARIO

Objetivo: El presente cuestionario tiene el propósito de conocer la opinión de las personas artesanas/productoras que participan en el Tianguis con el fin de mejorar la organización en general y la posibilidad de abrir nuevos espacios.

La información proporcionada se usará con fines estadísticos y será confidencial.

DATOS GENERALES:

Nombre	
Domicilio	Municipio /Alcaldía: _____ _____ Estado: _____ _____ _____
Contacto	Celular: _____ Correo: _____ _____

DATOS DE LA EMPRESA:

Pertenece a alguna Red / Organización Comunitaria / Colectivo	Sí [] No []
En caso de pertenecer a alguna Red / Organización Comunitaria / Colectivo, favor de proporcionar el nombre del mismo	
Productos / Artesanías que ofrece	_____ _____ _____ _____ _____

ORGANIZACIÓN:

<p>¿Qué le pareció el espacio proporcionado?</p>	<p>Bien () Mal () Insuficiente ()</p> <p>Comentario:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Qué le pareció el mobiliario proporcionado?</p>	<p>Bien () Mal () Insuficiente ()</p> <p>Comentario:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>¿Qué le parece el horario de operación del tianguis?</p>	<p>Bien () Mal () Insuficiente ()</p>
<p>Considera que las condiciones establecidas para la venta son fáciles de aplicar [No uso de unicel, ni de utensilios de plástico, etc.]</p>	<p>Si [] No []</p> <p>¿Por qué?_____</p> <p>_____</p> <p>Comentario_____</p> <p>_____</p>
<p>Favor de calificar al facilitador(a) que le proporcionó el lugar en el Tianguis, en cuanto a la información proporcionada antes del evento</p> <p>Marcar con una X [Del 1 al 10 siendo el 1 muy deficiente a 10 excelente atención]</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</p> <p>Comentario:</p>	



Favor de calificar al facilitador (a) que le proporcionó el lugar en el Tianguis, en cuanto al apoyo proporcionado en el evento

Marcar con una X [Del 1 al 10 siendo el 1 muy deficiente a 10 excelente atención]

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Comentario:

VENTAS:

¿A cuánto ascendieron sus ingresos?	\$
¿Estaría dispuesto a ir a otro espacio?	Si [] No []

AGROECOLOGÍA:

¿Conoce el enfoque Agroecológico?

Si [] No []

En caso de ser negativa la respuesta, consideraría capacitarse para transitar hacia ese enfoque

Si [] No []

COMENTARIOS EN GENERAL:
