



# MANUAL DE PARTICIPACIÓN EN UN MERCADO ALTERNATIVO



**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

## **COORDINACIÓN GENERAL**

Rodrigo Rodríguez Guerrero

## **COLABORADORES**

Rodrigo Rodríguez Guerrero  
Roberto Paulo Orozco Hernández  
Lluvia Marisol Medina Fernández  
Eric Rosalío Alvarado Castro  
Everardo Pérez Cárdenas  
Gregorio Leal Martínez  
Jorge Federico Eufrazio Jaramillo  
Diego Mauricio Montoya Bedoya  
Iris Lilian Ruíz Montes

## **COORDINACIÓN DEL MANUAL Y DISEÑO DE CONTENIDOS**

Carlos Bauche Madero  
Germán Rodrigo del Río Gómez  
Karen Alondra Olivares Medina

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

Hecho en México.

## **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.

## COLECTIVOS PARTICIPANTES

Queremos agradecer a las y los miembros de los colectivos y organizaciones que brindaron su tiempo y disponibilidad para compartir su conocimiento para el desarrollo de estos manuales.

- Akua - Lorena Alvarado
- Alimento Sano - Helen Juárez
- Autosustentabilidad en espacios urbanos - Moisés Flores
- Casa Verde - Denisse Carrillo
- Cooperativa de Consumo Consciente Milpa - Oscar Loreto
- Granja Mecatán - Eduardo Rosales y Xóchilt Sánchez
- Hongossa - Vicente Salomé
- Huizache - Guadalupe Banderas
- La Cruz Market - Pia Aubert
- La Local - Daniela Maldonado
- Maíz Nativo - Gilberto González Rodríguez
- Mercado el Buen provecho - Rosa Elena Velázquez
- Pochtecalt, tianguis de economía solidaria - Yolanda Lizeth Sevilla
- Producción de maíz criollo en orgánico en Michoacán - Fernando Bojórquez
- Productos Saludables y Ecoamigables de Colima - Fernanda Goribar
- RASA - Jaime Morales
- RASOL - Carlos Chávez
- Red de Agricultura Urbana ZMG - Rafael Corro
- Taller de Agroecología Urbana OASIS - Paul Nevin
- Tlaxiupan - Blanca Arellano
- Tochpan - Raúl Gutierrez
- Unión de comerciantes empresarios y prestadores de servicios de El Grullo A.C. - Sandra Torres Chávez

## CONTENIDO

- 3 AGRADECIMIENTOS
- 6 ¿QUÉ ES UN MERCADO ALTERNATIVO?
- 8 ¿PORQUÉ ES IMPORTANTE IMPORTANTE UN MERCADO ALTERNATIVO?  
¿QUÉ NECESIDADES Y PROBLEMAS ATIENDE  
EN UNA COMUNIDAD O CIUDAD?
- 10 ¿CÓMO SE FORMAN LOS MERCADOS ALTERNATIVOS?
- 12 ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DEBE TENER UN MERCADO PARA CONSIDERARSE  
ALTERNATIVO EN LA PERSPECTIVA DE LAS REDES ALIMENTARIAS  
ALTERNATIVAS Y LOS CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN?
- 14 ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS O CONDICIONES DEBEN  
CUMPLIR LOS PRODUCTORES PARA INTEGRARSE  
Y PARTICIPAR EN UN MERCADO ALTERNATIVO?
- 15 ¿CUÁLES SON LAS BUENAS PRÁCTICAS DE UN MERCADO ALTERNATIVO?
- 16 ¿QUÉ ASPECTOS DEBEMOS PREVENIR EN UN MERCADO ALTERNATIVO?
- 17 ¿QUÉ REGLAS O ACUERDOS SE SUGIEREN PARA UN ADECUADO  
FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS ALTERNATIVOS?
- 18 ¿QUÉ DEBO TOMAR EN CUENTA SI SOY PRODUCTOR  
O CONSUMIDOR EN EL MERCADO ALTERNATIVO?
- 18 ¿DÓNDE PUEDO ENCONTRAR MERCADOS ALTERNATIVOS?  
¿DÓNDE CONSULTO ESTA INFORMACIÓN ACTUALIZADA?
- 19 ¿QUÉ DEBO TOMAR EN CUENTA SI QUIERO COLABORAR?

## ¿QUÉ ES UN MERCADO ALTERNATIVO?

Los mercados alternativos son espacios de venta directa, que cuentan con una periodicidad establecida, donde acude el productor primario o un transformador de productos de la región y los exponen al consumidor.

Este espacio le permite informar al consumidor, todo lo que hay detrás del producto que está adquiriendo. Permite la transparencia de información y genera mecanismos de confianza, que a la vez ayudan a restablecer la relación entre el campo y la ciudad.

**ES CONSIDERAR EL MERCADO Y A LOS PRODUCTORES EN SÍ COMO UNA ORGANIZACIÓN SOCIAL VIVA, QUE SE VA ADAPTANDO AL ENTORNO QUE TIENE Y EL QUE SE TIENE QUE ENFRENTAR.**

**(JASON, LA CRUZ MARKET)**



## ¿PORQUÉ ES IMPORTANTE UN MERCADO ALTERNATIVO? ¿QUÉ NECESIDADES Y PROBLEMAS ATIENDE EN UNA COMUNIDAD O CIUDAD?

Los mercados alternativos son importantes porque:

- **Para los consumidores urbanos** es un espacio para adquirir productos locales, artesanales, agroecológicos y tienen la oportunidad de conocer productores locales cercanos.
- **Los productos son alternativos** y contienen mayor valor nutricional, por cultivarse en un suelo vivo.
- **Se puede conocer el origen de los productos**, proporcionan transparencia, confianza y certeza por la relación cara-cara, se puede decir que sustituyen las certificaciones.

- **Los precios suelen ser más baratos**, en comparación con otras tiendas orgánicas.
- **A los productores les abre una vía de comercialización** distinta a los canales convencionales, donde los precios no son justos ni equitativos.
- **A los productores que se han esforzado por tener procesos productivos limpios**, con semillas criollas y sin pesticidas, pueden ofrecerlos sin tener certificaciones, que son costosas y no están diseñadas para los pequeños productores.



## ¿CÓMO SE FORMAN LOS MERCADOS ALTERNATIVOS?

10

REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS

El proceso de la formación de los mercados alternativos, dependerá de la experiencia:

- Algunos productores están organizados y buscan puntos de venta que en alianza con los consumidores se haga un mercado.
- Existe la inquietud de los consumidores urbanos y buscan a los productores para que puedan participar.
- Puede ser una iniciativa individual, ONG, OSC o instituciones gubernamentales se detona el proceso y se convoca.

Los componentes generales de un mercado alternativo son:

- **Rol social:** tener roles claros con los productores locales agroecológicos, artesanales y consumidores basado en la confianza y transparencia.
- **Infraestructura:** contar con un espacio seguro (público o privado), tener servicios básicos (luz, baños, protegido/techado), mobiliario (mesas, sillas, manteles).

- **Gestión del mercado:**

- » Presupuesto de arranque (lo que sostiene son las cuotas de los productores)
- » Características que deben contar los productores para participar
- » Desarrollar un plan estratégico (venta alta o de temporada)
- » Periodicidad definida, estratégica y constante
- » Ofrecer actividades culturales -Realizar difusión en redes sociales -Fortalecer las alianzas estratégicas (localidades locales, habitantes de la zona donde está el mercado)
- » Contar con una persona encargada únicamente de la gestión "Gestor del mercado", debería tener un liderazgo positivo, cumplir los objetivos del mercado, resolución de conflictos, cuidar como no hacer competencia desleal, saber comunicar los valores del mercado (productos limpios y saludables, economía orientada al cuidado en lugar del lucro). Fomentar relaciones claras o previas con los productores.

11

REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS



## ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DEBE TENER UN MERCADO PARA CONSIDERARSE ALTERNATIVO EN LA PERSPECTIVA DE LAS REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS Y LOS CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN?

Para que un mercado pueda considerarse alternativo en la perspectiva de las redes alimentarias alternativas debe tener las siguientes características:

- **Transparencia en las relaciones sociales e intercambio económico.** Se humaniza a quien produce los alimentos y a quién los consume. Deja de ser una relación abstracta que ocurre en el mercado y se vuelve real. Esto rompe la lógica capitalista y se ven cara a cara.
- **Mercados situados en el contexto territorial,** productores regionales. Esto rompe la lógica de exportación. Lo que interesa vender no es lo que un estudio de mercado diga que se va a vender mejor, sino lo que se produce bien en la región.
- **Se producen bien,** al ser prácticas productivas que respeten al medioambiente, animales y personas involucradas en el proceso, a comparación con una economía normal que aspiraría a disminuir costos de producción sin importar si se utilizan pesticidas o afecta a los productores.
- **La vida está en el centro,** y hay costos que se tienen que asumir y por eso es un poco más alto, pero se paga al productor de manera digna. Las cadenas comerciales convencionales, el productor es el que menos gana, por eso en estos mercados se busca que haya una ganancia digna y con un precio lo más accesible al consumidor.
- **Se puede dar retroalimentación** sobre el proceso productivo.

**Y BUENO PUES SIEMPRE LAS REDES O EN NUESTRA INFORMACIÓN ES CÓMO HACER MÁS CONCIENCIA AL CONSUMIDOR, QUE COMPREN HECHAS A MANO O DEL AGRICULTOR, DEL COMERCIO JUSTO, LOCALES.**

(PÍA, LA CRUZ MARKET)



## ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS O CONDICIONES DEBEN CUMPLIR LOS PRODUCTORES PARA INTEGRARSE Y PARTICIPAR EN UN MERCADO ALTERNATIVO?

Para invitar a participar a nuevos productores se pueden hacer convocatorias abiertas en redes sociales.

Las condiciones que deben cumplir los productores para integrarse y participar en un mercado alternativo son:

- Que sean productos de la región, libres de pesticidas, variedades criollas.
- Buscar que se garanticen los procesos mediante una certificación comercial, participativa o el consejo de gestión hacen visitas al productor, para ver si se cumplen con las reglas establecidas.
- Estar dispuesto a comunicar el proceso de elaboración de los productos.

La salida de productores se realizará en caso de que incumplan:

- Las reglas establecidas previamente
- No respetar las cuotas de cooperación
- No estar dispuesto a compartir el proceso de elaboración de los productos
- Realizar competencia desleal



## ¿CUÁLES SON LAS BUENAS PRÁCTICAS DE UN MERCADO ALTERNATIVO?

Las buenas prácticas de un mercado alternativo son:

- Conocer a los consumidores potenciales con los que se estará trabajando
- Poner el mercado en una zona donde exista solvencia económica para pagar por los productos con un precio un poco más elevado.
- Conocer que se produce en el territorio, para incluir productores cercanos y que se puede ofrecer en el mercado, para que sea territorializado.
- Ver si hay alimentos que se demandan y no se producen en la región, hacer vínculos.
- Fomentar que se generen vínculos sólidos entre productores y consumidores, para que vaya consolidando el mercado. Buscar contar con consumidores habituales.
- Coordinación/gestión de mercados sea un rol diferente al de productor y consumidor. Que exista un gestor del mercado puede asegurar claridad en roles, publicidad, administración de recursos, permite continuidad sin que afecten los cambios de gobierno por las concesiones del uso del espacio público.
- No limitar la experiencia a compra-venta, sino incorporar procesos de aprendizaje, culturales, musicales, talleres de huerto, etcétera, como un espacio de convivencia y de festividad.





## ¿QUÉ ASPECTOS DEBEMOS PREVENIR EN UN MERCADO ALTERNATIVO?

Los aspectos que debemos prevenir en un mercado alternativo son:

- Evitar el uso de espacios que no sean seguros y puedan desalojarlos.
- Si no hay estrategia de difusión adecuada hay poca afluencia de consumidores y ventas.
- Adaptarse a las diferentes temporadas, es decir cuando haya mayor demanda.
- Riesgos sanitarios futuros, con escenarios de alta incertidumbre (cambiar días, entregas a domicilio, como mecanismos de resiliencia social).
- No tener claridad con mecanismos de participación de productores.



## ¿QUÉ REGLAS O ACUERDOS SE SUGIEREN PARA UN ADECUADO FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS ALTERNATIVOS?

Las pautas productivas del mercado alternativo:

Los productores de la región, producción agroecológica o en proceso de transición, productos transformados de manera artesanal sin conservadores, sustancias añadidas y utilizar ingredientes naturales o agroecológicos.

Las reglas de participación de cada rol son:

- **Productores:** constancia y puntualidad, hay sanciones si se falta determinadas veces, cuidar la presentación de productos y del stand, cumplir cuota de participación, % de las ventas o cooperación voluntaria, productor debe estar dispuesto a comunicar el proyecto.
- **Consumidor:** respeto por los productores, se agradece la constancia en la participación (ayuda a crear relaciones más sólidas).



## ¿QUÉ DEBO TOMAR EN CUENTA SI SOY PRODUCTOR O CONSUMIDOR EN EL MERCADO ALTERNATIVO?

Si quiero consumir productos en un mercado alternativo, debo tomar en cuenta que:

- Al asistir puedo ponerle cara humana a lo que compro, al conocer a los productores.
- Tener disponibilidad de escuchar y conocer de dónde vienen los alimentos.
- Considerar que aunque no se vean igual de uniformes que los del supermercado, tendrán mejor calidad nutricional.
- Los precios pueden ser un poco más altos, pero se estará beneficiando al productor y garantiza relaciones más sanas para el medio ambiente.
- Si me comprometo a consumir de forma constante, apoyaré a los productores para que puedan tener certeza económica.

## ¿DÓNDE PUEDO ENCONTRAR MERCADOS ALTERNATIVOS? ¿DÓNDE CONSULTO ESTA INFORMACIÓN ACTUALIZADA?

¡Consulta el Directorio de Iniciativas de las REALT!



## ¿QUÉ DEBO TOMAR EN CUENTA SI QUIERO COLABORAR?

¿Te interesa colaborar o participar en un huerto comunitario?  
¡Contacta a estas iniciativas!:

### Green Market, Colima

FB. @SanFernandoGreenMarket

### Feria de Productores, Jalisco

FB. @FeriaDeProductores.mx

TW. @FProductores

IG. @feriamx

WEB. feriadeproductores.mx/

### Poshtecat! Tianguis de Economía Solidaria, Jalisco

FB. @Pochtecat!CITER

### Tianguis de Productores del CUCsur, Jalisco

FB. @TIANGUISCUCSUR

### Vegatianguis, Jalisco

FB. @vegatianguis

### La Ruta Natural, Michoacán

FB. @laruta.natural.9

### Mercado Orgánico y Natural, Michoacán

FB. @MercadoOrganicoyNatural

### Talleres para producción agroecológica y plataforma para comercialización directa (Direct Trade), Michoacán

FB. @FarmitMichoacan

### TAO Tianguis Artesanal Orgánico, Michoacán

FB. @TAOTianguisArtesanalOrganico

### La Cruz Market, Nayarit

FB. @lacruzmarket

IG. la\_cruz\_market

WEB. www.lacruzmarket.c

**LO QUE PRETENDEMOS EN EL MERCADITO  
EL BUEN PROVECHO ES QUE SEAN PRODUCTOS  
AGROECOLÓGICOS, Y SI NO LLEVAN ESTA  
TÉCNICA, PUES AL MENOS QUE SÍ SEAN  
AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE.**

**(ROSY, EL BUEN PROVECHO)**



**2021**