




Mercado Macuilli Teotzin, sucursal Matehuala.  Autores

# Experiencias, retos y oportunidades en **certificación orgánica participativa**

del mercado de productos naturales y  
orgánicos **Macuilli Teotzin**

CLAUDIA ROSINA BARA, RAMÓN JARQUÍN GÁLVEZ

La experiencia en la formación de un Sistema de Certificación Orgánica Participativa en el estado mexicano de San Luis Potosí, que articula a productores locales, muchos de ellos indígenas, y cuenta con validación de las autoridades nacionales, representa el primer caso de un proceso que puede llevar a la mejora de productores y consumidores de todo el país. La experiencia ha contado con el apoyo del sector académico y sus certificaciones son expedidas por comisiones en las que están representados tanto el sector académico como los productores y consumidores.

## Antecedentes

Ante la poca atención a los productores minifundistas de San Luis Potosí, México, algunos profesores y estudiantes de la Facultad de Agronomía y Veterinaria de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), específicamente de la licenciatura en Agroecología, implementaron en 2011 una iniciativa para fomentar espacios de venta tipo tianguis prehispánico tradicional, a los cuales denominaron Mercados de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin. Esta iniciativa, que luego se transformó en una asociación civil, tiene como objetivo fomentar la producción orgánica basada en principios agroecológicos y la integración productiva de los pequeños productores de la región a los mercados locales. La idea de crear el primer mercado de este tipo en San Luis Potosí fue el resultado de la interacción de los productores participantes en proyectos de formación campesina alternativa, que usan el modelo de las Escuelas de Campo y Experimentación para Agricultores (Jarquín, y otros, 2013; Jarquín y Torres, 2016). En esta forma, los productores de la región participan y venden productos naturales y orgánicos verificados a través de un Sistema de Certificación Orgánica Participativa (SCOP). Por la extensión del territorio potosino, se crearon tres comités que realizan la certificación participativa en las zonas Altiplano, Huasteca y Centro. Cada comité del SCOP lo integran representantes académicos o técnicos, productores y consumidores, con conocimiento de las leyes mexicanas en materia de producción orgánica, dando constancia de ello documentalmente. Estos comités actúan como grupo interno de control para verificar el cumplimiento por los miembros del tianguis de los lineamientos para la operación orgánica en la unidad de producción. Los principios fundamentales y requisitos mínimos establecidos para formar parte de los mercados Macuilli Teotzin son:

- Aplicación de principios agroecológicos en los procesos productivos, para lo cual los productores deberán demostrar experiencia y conocimiento de los lineamientos para la producción orgánica en México.
- Productos de origen potosino (pero el ingreso está permitido en el caso de participantes en otros tianguis del país que cuenten con certificación participativa).

- Venta directa por los productores por lo menos un día al mes, de acuerdo al calendario preestablecido en la asamblea de integrantes del mercado.
- Garantizar la transparencia y honestidad en sus procesos de producción.
- Ofrecer sus productos a precios justos.

El SCOP que aplica la Asociación Civil del Mercado Macuilli Teotzin es el único reconocido actualmente por las autoridades mexicanas (Bara y otros, 2017). Este sistema opera con base en un reglamento interno, un manual de operación y un manual de procedimientos, y ha sido auditado por las autoridades agropecuarias mexicanas, lo que otorga garantía a los consumidores y certidumbre a los productores. Con base en este proceso, el coordinador elabora y entrega el dictamen y, según cada caso, el “certificado orgánico” al productor.

Gracias al respaldo académico de la Facultad de Agronomía y Veterinaria, desde 2011 el Mercado Macuilli Teotzin ha funcionado mensualmente en la capital del estado. Este año, a partir de agosto, también funcionará una vez al mes en la sub-sede de Matehuala, con el apoyo de la Coordinación Académica Región Altiplano de la UASLP. Actualmente se integran alrededor de 30 productores de las cuatro zonas de San Luis Potosí: Altiplano (7), Huasteca (11), Zona Media y Zona Centro (12), de los cuales 10 son de origen indígena náhuatl o teenek. Después de la constitución formal como Asociación Civil en 2016, al ser la primera iniciativa en México vigente por cinco años a partir de la fecha de emisión (30 de agosto de 2016), el SCOP Macuilli recibió el reconocimiento legal ante el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) para aplicar la certificación participativa de productos orgánicos de la producción familiar y de los pequeños productores organizados. Este reconocimiento ha sido importante a nivel nacional debido a que la certificación orgánica participativa es sin duda la única oportunidad para que agricultores de muy pequeña escala accedan legalmente al reconocimiento orgánico y de esta forma fortalecer el consumo nacional.

## Fortalezas y debilidades internas del mercado

Los integrantes del mercado Macuilli Teotzin en la capital de San Luis Potosí participaron en un taller donde se precisaron

**Cuadro 1. Fortalezas y debilidades internas de producción y mercadeo**

Fortalezas	Debilidades
Productos de alta calidad, productos únicos, producto diferenciado, productos con cualidades nutritivas, variedad de cultivos y sabores, aceptación de productos por consumidores.	Producción insuficiente, producción variable de temporada, no hay sistema de riego, falta de agua, faltan sistemas de almacenamiento o captación de agua.
La producción tradicional es compatible con los requisitos de producción orgánica. Convicción del manejo ecológico.	Bajo conocimiento de prácticas orgánicas para el manejo de parcelas debido a costumbres locales. Falta de registros de producción.
Comercialización directa, buen precio, precio de venta se fija según costo de producción.	Poco capital económico, falta de financiamiento para invertir en proceso productivo.
Los agricultores familiares están motivados para seguir en el campo.	Falta de capital de trabajo, falta de recursos humanos, productores no dedican el 100% de su tiempo de trabajo a la producción, se rebasa la capacidad de trabajo por falta de ayuda.
Algunos productores cuentan con marca, código de barras y tabla nutricional. Buena presentación del producto. Algunos consumidores identifican la marca	Capacidad de producción limitada. En algunos casos existe sobreproducción sin tener dónde venderla.
Productos limpios sin aplicación de productos químicos.	Desconocimiento de la población sobre productos orgánicos.
Manejo de la totalidad del proceso de producción (desde el cultivo hasta el punto de venta).	Falta de infraestructura para el proceso poscosecha (almacenamiento, transporte, etc.).
Estar ubicados en una zona de difícil acceso (especialmente la zona Huasteca).	Falta de financiamiento, capacitación e insumos para producir orgánicamente.
Existencia de comités de certificación participativa en cada zona integrados por productores y consumidores locales. Mercado y comité se vinculan con la institución académica (UASLP).	Falta de compromiso en aspectos organizativos. Falta de visión compartida entre productores del campo y productores de la ciudad acerca de principios básicos del mercado y del SCOP.

Fuente: elaboración propia.

las fortalezas y debilidades internas del grupo (cuadro 1), lo que permitió reconocer las oportunidades y retos que enfrentan al promover la producción orgánica, la certificación participativa y los mercados locales en la región.

### Oportunidades y retos externos

Como resultado de lo anterior, se identificaron las oportunidades y retos que enfrentan los productores a la hora de incorporarse al mercado o al promover más mercados en la región (cuadro 2).

### Conclusiones

La fortaleza interna de la iniciativa de Mercados de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin, A. C. ha mostrado a lo largo de los últimos seis años que es posible la integración para la comercialización local y directa de los productores de pequeña escala, la certificación participativa y el establecimiento de puntos de venta directos en el ámbito del estado, como es el de la capital y la subsele en Matehuala. La experiencia del consumidor en el trato directo con el productor, la calidad orgánica y nutritiva de su oferta y los sabores únicos y el precio justo de los productos, han atraído a una clientela que valora y diferencia este esfuerzo. No obstante, la oferta de productos procesados –provenientes principalmente de la ciudad– debe equilibrarse con la de productos frescos del campo, vegetales y animales. También es necesario reforzar el trabajo voluntario y controlar la falta de continuidad y compromiso para poder dar seguimiento a la integración de nuevos productores, la certificación participativa y el establecimiento de otras sucursales del Mercado Macuilli Teotzin.

El vínculo directo con miembros de la UASLP a través del apoyo brindado por profesores y estudiantes voluntarios, y las facilidades educativas proporcionadas en este proceso, han permitido sin duda consolidar al grupo y el proceso del SCOP a lo largo de su trayectoria. La experiencia del Mercado Macuilli Teotzin ha hecho posible que otros mercados locales continúen con sus procesos de registro en diferentes partes del país como en Chiapas y Baja California, por lo que se planteó consolidar los esfuerzos en una Red Académica de Certificación Orgánica Participativa en colaboración con productores, estudiantes y público en general a nivel nacional e internacional. Finalmente, se reconoce que es necesario consolidar



Mercado Macuilli Teotzin en la capital de San Luis Potosí.

Autores

los mecanismos educativos y participativos para fortalecer el conocimiento integral de los beneficios de la agricultura orgánica y los principios básicos y filosóficos de la certificación participativa. ■

**M.C. Claudia Rosina Bara**

Doctoranda en Ciencias Ambientales, Programas Multidisciplinarios de Posgrado en Ciencias Ambientales, Universidad Autónoma de San Luis Potosí.  
[claudia.bara@alumnos.uaslp.edu.mx](mailto:claudia.bara@alumnos.uaslp.edu.mx)

**Dr. Ramón Jarquín Gálvez**

Profesor investigador de tiempo completo. Coordinador general del Mercado Macuilli Teotzin, Facultad de Agronomía y Veterinaria, Universidad Autónoma de San Luis Potosí.  
[ramon.jarquin@uaslp.mx](mailto:ramon.jarquin@uaslp.mx)

### Referencias

- Bara, C., Jarquín Gálvez, R., Reyes Hernández, H. y Fortanelli Martínez, J. (2017). **Adaptation of participatory organic certification system to the organic products law in six local markets in Mexico.** *Agroecology and Sustainable Food Systems.*
- Jarquín Gálvez, R. y Torres Castro, N. (2016). *Cafeticultores y académicos generan conocimientos. Avances de los ECEA en la Huasteca Potosina.* **leisa** 32(1): 13.
- Jarquín Gálvez, R., Díaz Gómez, O. y Ramírez Tobias, H. M. (2013). **La formación campesina alternativa y el mercado orgánico.** **leisa** 29(3): 30.

**Cuadro 2. Fortalezas y debilidades internas de producción y mercadeo**

Oportunidades	Retos (amenazas)
Más días y espacios de venta, creación de otros mercados orgánicos en la región.	Competencia de precios de productos en el supermercado.
Comunicación sobre beneficios de productos orgánicos. Clientela local, demanda creciente.	Competencia desleal (en todo el estado), grandes marcas.
Gestión de recursos y otros proyectos afines posible a través de la asociación cuvil.	Falta de capital y mano de obra para inversión y labores en la unidad productiva.
Valor agregado, diversificación de especies, variedades y productos derivados.	La contaminación ambiental en la cercanía de la unidad productiva.
Mercado Macuilli Teotzin en expansión; crecimiento del mercado en cada región; posibilidad de entrar a otros tianguis y mercados alternativos (regionales y nacionales).	Efectos por cambio climático o algunas contingencias naturales que afectan la producción sin seguro catastrófico. Dependencia al 100% de condiciones ambientales.
Aumento de valor de los productos con certificación orgánica.	Fomentar en el campo la producción orgánica y crear conciencia en el consumidor.
Propaganda sobre los daños producidos por los agroquímicos, difusión de beneficios de la producción y consumo de productos orgánicos, Integración de más productos vegetales y animales.	Largas distancias para realizar las visitas de acompañamiento y para participar el día del mercado, irregularidad en la frecuencia de participación de los productores en mercado y actividades relacionadas (reuniones, talleres, etc.).
Difusión, mayor publicidad del mercado, página web con contactos de productores para hacer pedidos (durante el mes).	Trabajo voluntario, falta de consistencia, continuidad y compromiso de los integrantes del comité y de la estructura operativa para apoyar en las visitas de acompañamiento, elaboración del dictamen y otras actividades relacionadas con el proceso del SCOP.

Fuente: elaboración propia.