

Redes alimentarias alternativas para la valorización del patrimonio alimentario: propuesta analítica a partir de un estudio de caso

*Redes alimentares alternativas
para a valorizaçãõ do patrimônio alimentar:
proposta analítica baseada em um estudo de caso*

*Alternative food networks
for the valorization of food heritage:
analytical proposal based on a case study*

*Laura Elena Martínez Salvador**

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar las redes alimentarias alternativas (RAA), materializadas en la organización de productoras y productores ‘Nómadas’, a partir de cinco dimensiones analíticas: 1) identidad de la organización; 2) productos diferenciados y valorización del ‘origen’; 3) rescate de elementos patrimoniales; 4) impulso a la vinculación rural-urbana y a las cadenas cortas de comercialización, y 5) multifuncionalidad del territorio y continuidad de la actividad. Ello, a fin de identificar el potencial de estas RAA para contribuir a la valorización del patrimonio alimentario. El trabajo se realiza a partir de una metodología mixta (cualitativa y cuantitativa) que contrastó las dimensiones anteriormente propuestas con el estudio de caso ‘Nómadas’, el cual fue conformado mediante entrevista semiestructurada, observación no participante y la aplicación de una encuesta a productoras y productores integrantes de la organización. La RAA ‘Nómadas’ se posiciona como una red vinculadora de colectivos agroalimentarios cuyo marcado impulso al vínculo alimentos-territorio-cultura ha favorecido la salvaguarda y reproducción del patrimonio alimentario que tiende hacia sistemas agroalimentarios más justos y sostenibles.

* Doctora en Economía por el Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM. Maestra en Economía y licenciada en Administración por la Universidad Autónoma Metropolitana. Investigadora en el Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, en el área de Instituciones Políticas. Actualmente es Secretaria Técnica de la Red de Investigación en Sistemas Agroalimentarios Localizados México (Red Sial-México). Premio Anual de Investigación “Dr. Ernest Feder” (3er lugar, edición 2020; 3er lugar, edición 2015) otorgado por el Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM. Líneas de investigación: sistemas agroalimentarios, gobernanza territorial, desarrollo económico local, políticas públicas y economía de la tecnología y la innovación. E-mail: <laura.martinez@sociales.unam.mx>.

Estudios Latinoamericanos, NUEVA ÉPOCA, NÚM. 50, JULIO-DICIEMBRE, 2022, PP. 95-118.

Palabras clave: redes alimentarias alternativas, patrimonio alimentario, valorización alimentaria, redes.

Resumo

O objetivo deste trabalho é analisar as redes alimentares alternativas (RAA), materializadas na organização de produtores e produtoras 'Nómadas', com base em cinco dimensões analíticas: 1) identidade da organização; 2) produtos diferenciados e valorização da 'origem'; 3) resgate de elementos patrimoniais; 4) promoção de vínculos rural-urbanos e cadeias curtas de comercialização, e 5) multifuncionalidade do território e continuidade da atividade. Isso, a fim de identificar o potencial dessas RAA em contribuir para a valorização do patrimônio alimentar. O trabalho desenvolve-se com base numa metodologia mista (qualitativa e quantitativa) que contrapõe as dimensões anteriormente propostas com o estudo de caso 'Nómadas', que se concretizou através de uma entrevista semi-estruturada, observação não participante e aplicação de um inquérito a produtores e produtoras membros da organização. A RAA 'Nómadas' posiciona-se como uma rede articuladora de coletivos agroalimentares cujo acentuado impulso para a articulação alimento-território-cultura tem favorecido a salvaguarda e reprodução de um patrimônio alimentar que tende para sistemas agroalimentares mais justos e sustentáveis. *Palavras chave:* redes alimentares alternativas, patrimônio alimentar, valorização alimentar, redes.

Abstract

The objective of this paper is to analyze alternative food networks (RAA), materialized in the producers' organization 'Nómadas', based on five analytical dimensions: 1) organization's identity; 2) differentiated products and 'origin' valorization; 3) recovery of heritage assets; 4) promotion of rural-urban linkages and short supply chains, and 5) multifunctionality of the territory and continuity of the activity. This is in order to identify the potential of these alternative food networks to contribute to the valorization of food heritage. This research is based on a mixed methodology (qualitative and quantitative) that contrasted the dimensions proposed above with the 'Nómadas' case study, which was elaborated through a semi-structured interview, non-participant observation, and the application of a survey to producers, members of the organization. 'Nómadas' alternative food network positions itself as a network that connects agri-food collectives whose strong promotion of the food-territory-culture link has favored the safeguarding and the food heritage reproduction, tending towards fairer and more sustainable agri-food systems.

Keywords: alternative food networks, food heritage, food valorization, networks.

En la Ciudad de México, en el año 2020 se gestaron estrategias de apoyo a las grandes cadenas de autoservicio en un escenario de competencia desleal. Estos actores de la cadena agroalimentaria se vieron favorecidos por el tránsito hacia modelos digitales, el cierre de otros puntos locales de venta de alimentos y por las restricciones instauradas en la urbe (Delgadillo, 2020), ya que poseen condiciones tecnológicas y productivas más competitivas. Lo anterior agudizó la ya de por sí compleja situación de los oferentes de alimentos, en especial de pequeños productores y productoras en mercados tradicionales, quienes se vieron afectados en su disponibilidad y acceso a materias primas, mano de obra, infraestructura y espacios

de venta debido, en gran medida, a las afectaciones ocasionadas por la emergencia sanitaria por Covid-19 (Martínez Salvador et al., 2021).

En este contexto, crece el interés por identificar el papel que las estrategias alternativas, desde una estructura organizacional en red, han tenido en el desarrollo, tanto de actores sociales como de los territorios rural-urbanos. Asimismo, en los últimos años se ha renovado el interés por analizar formas “alternativas” de producción, transformación, comercialización y de consumo de alimentos, por lo que se justifica la necesidad de abordar estructuras organizacionales como son las cadenas cortas de comercialización (CCC) –las cuales se caracterizan por disminuir el uso de intermediarios e impulsar la relación productor-consumidor, favoreciendo la conservación del valor agregado en manos del productor–, los mercados de venta directa o redes alimentarias alternativas (RAA) (Edwards, 2016; Goodman y Goodman, 2009; Méndez Gutiérrez del Valle y Monteserín Abella, 2017; Monachon, 2017; Poças Ribeiro et al., 2021; Sánchez Hernández, 2009). Sin embargo, la literatura en México respecto a la manifestación de las RAA y su potencial efecto en la valorización del patrimonio alimentario, es aún emergente. Por lo tanto, este trabajo abona a la construcción conceptual de las RAA a partir de un estudio de caso. Se busca responder de qué forma organizaciones consideradas vinculadoras de colectivos agroalimentarios –tales como la de productores ‘Nómadas’– se posicionan como manifestaciones de las RAA, y cuál es su papel en la valorización del patrimonio alimentario. De aquí que el objetivo de este trabajo sea analizar, a partir de una propuesta argumentativa, las Redes Alimentarias Alternativas, a partir del estudio de caso de la organización de productores ‘Nómadas’, como materialización de estas redes, e identificar su potencial para contribuir a la valorización del patrimonio alimentario.

Asimismo, se busca realizar una propuesta argumental para caracterizar a las RAA a través de una serie de elementos rescatados de la bibliografía internacional seleccionada y contrastada empíricamente con el estudio de caso. Esto a partir de una metodología mixta (cualitativa y cuantitativa) que incluye una encuesta aplicada a los actores integrantes de ‘Nómadas’, así como una entrevista semiestructurada al actor fundador de la misma.

Estrategias alternativas agroalimentarias. Antecedentes de las RAA

Las RAA obedecen a un cambio estructural de las economías rurales. El nacimiento de éstas se encuentra aparejado a un cambio de paradigma del “productivismo al post-productivismo” (Renting et al., 2003:393), así como a la búsqueda de estrategias alternativas tanto de producción como de consumo de alimentos que se instauran como formas de resistencia social emergentes ante la pérdida de la identidad de los actores de los territorios y de una serie de valores socioculturales de los alimentos locales (Contini et al., 2017). Esto es de especial relevancia en América Latina, toda

vez que es en los espacios locales donde se entretene una serie de factores impulsores del reconocimiento, la valorización, conservación y reproducción del patrimonio cultural alimentario. Y precisamente por el interés de visibilizar los recursos territoriales, y sus intangibles, se requiere de una acción organizada por parte de los actores locales para prevenir la mercantilización de lo auténtico (Frigolé Reixach, 2014) y aprovechar la reputación percibida de los bienes con calidad de origen y bajo principios rectores de ética, sostenibilidad y confianza.

Estas transformaciones en los modelos agroalimentarios pueden analizarse desde dos aristas: la primera, desde la perspectiva del mercado, la demanda y la percepción del consumidor, los cuales han encontrado, en el elemento consumo, un instrumento de negociación y crítica al sistema agroalimentario (Baldi *et al.*, 2019), así como a prácticas injustas o desleales de las grandes agroindustrias, lo que a su vez se materializa en desconfianza de los consumidores hacia las instituciones e industrias de producción masiva (Renting *et al.*, 2003). Asimismo, en el consumidor se percibe un aumento en el interés prestado a estrategias consideradas 'alternativas', las cuales surgen como producto de una necesidad de desvinculación con el modelo de producción alimenticio y consumo hegemónico dominante (Méndez Gutiérrez del Valle, 2018), usualmente relacionado con sistemas productivos agrícolas lacerantes del medio ambiente, y desvinculado del desarrollo territorial auténtico. La segunda, desde la perspectiva de la oferta y la producción de los alimentos, ha gestado un cambio en el quehacer de los actores, producto de una multiplicidad de razones, entre las que se puede destacar el elevado nivel de vulnerabilidad social que diferentes sectores han enfrentado en los últimos años, y que se agudiza ante condiciones adversas extremas como emergencias sanitarias, crisis económicas, disminución de ingresos y agotamiento de recursos naturales o crisis ambiental.

En este último punto se erige una lógica de producción en general que, aplicada a la producción de alimentos, implica que la ganancia depende directamente del aumento de la producción, lo que se enfrenta a los límites naturales de los sistemas agroalimentarios y a una insostenibilidad de los mismos, debido al choque entre fuerzas locales y globales, y a la omisión de la importancia que en los ecosistemas tiene la sostenibilidad de la biodiversidad, el paisaje agrario, así como la contaminación de aire y suelo (Cembalo *et al.*, 2013).

En este sentido, las estrategias agroalimentarias desde la producción y el consumo, que tienen que ver con iniciativas paralelas o que se contraponen a las estructuras hegemónicas y típicas, pueden considerarse como 'alternativa' considerando a "cualquier práctica o iniciativa de pequeña escala, gobernada por actores cercanos e imbuida de valores desligados del lucro, la jerarquía o la mercantilización [estas estrategias] son abrazadas con entusiasmo como manifestaciones de que existen alternativas viables y factibles al orden establecido y, por tanto, otro mundo es posible"

(Sánchez Hernández, 2009:189). A partir de esta premisa ‘alternativa’ en torno a la concepción de las estructuras agroalimentarias es que surge la propuesta de las RAA.

Redes Alimentarias Alternativas. Aproximaciones analíticas

Las RAA pueden definirse como aquellos espacios de la economía de los alimentos en donde se presenta una tendencia creciente al intercambio de alimentos frescos, orgánicos, locales, de procedencia local o de especialidad (Goodman y Goodman, 2009), y cuya comercialización se encuentra mayoritariamente a cargo de los propios productores y productoras, encontrando su materialización a través de estructuras organizacionales colectivas que permiten vincular a “productores periurbanos y rurales con consumidores urbanos, favoreciendo [...] los circuitos cortos” (Méndez Gutiérrez del Valle y Monteserín Abella, 2017:193).

Estas estructuras organizacionales –que pueden ser asociaciones de productores rurales, pequeñas agroindustrias familiares, mercados locales sin intermediarios y de participación colectiva– abonan al valor agregado para el productor y fomentan un entorno de “reciprocidad, agradecimiento y pertenencia” (Sánchez Hernández, 2009:192) a través de la venta directa de alimentos. De igual forma, estas RAA implican un nuevo arreglo organizacional, basado en la confianza, que no sólo concierne a los consumidores o a los productores y productoras, sino a todo aquel actor que participa de las cadenas de suministro alimenticio de éstas (Renting *et al.*, 2003).

Debe destacarse que al referirnos a las estrategias ‘alternativas’ que han dado paso a las RAA, es importante retomar el fenómeno de la regionalización de la producción alimentaria, incorporando sus múltiples significantes culturales, territoriales, económicos y sociales, los cuales se manifiestan a través de organizaciones productivas y comerciales, y que incluso aun cuando tienen diversas naturalezas y configuraciones mantienen aspectos en común, entre otros: 1) la reconstrucción de la confianza entre productoras y productores, y consumidores, pues la cercanía entre los actores permite que exista una comunicación constante y fluida, y también permite conocer al actor detrás de la producción de alimentos, disminuyendo así las asimetrías de la información derivadas del desconocimiento que se genera por las cadenas agroalimentarias; 2) la redistribución de las ganancias derivada de una disminución del intermediarismo, lo que favorece poder mantener el valor agregado en el actor productivo, y 3) que trascienden a la organización meramente económica para presentar nuevas formas de gobernanza de los territorios (Whatmore *et al.*, 2003), basadas en el impulso al valor de los productos de ‘origen’, y con elementos identitarios propios de las regiones productivas y a partir de una colaboración entre actores de los sistemas agroalimentarios para la gestión de los recursos territoriales.

La reconfiguración del origen del alimento nos coloca en la necesidad de cuestionar

el constructo mismo del territorio (*terroir* o *terruño*), es decir, hablar de local cuando de la producción de alimentos se refiere (Feagan, 2007), ya que, en especial, una de las características más importantes de las RAA es la “capacidad de resocializar y respacializar los alimentos” (Renting *et al.*, 2003:398) a partir de la construcción misma del territorio y la identificación que el consumidor pueda tener del lugar de producción, los actores productivos, las técnicas, los saber-hacer de las localidades y los conocimientos tácitos y explícitos alrededor del quehacer agroalimentario, guardando más que una relación fundamental con los espacios. Este territorio no siempre se refiere a una mención geográfica, sino que trasciende hasta una concepción más subjetiva, pudiendo entenderse como una construcción socioespacial que se integra a partir de elementos sociales, culturales, económicos y ambientales, de naturaleza tangible o intangible, y donde se reproducen y mantienen instituciones formales e informales, multinivel y multi-actor, para la gestión de los recursos territoriales.

Precisamente, es a partir de la premisa anterior del territorio –sin atadura geográfica, pero con amplio anclaje social por el vínculo entre la alimentación y los elementos socioculturales y tradicionales de los territorios– que es posible visualizar a las RAA como estructuras vinculantes de diferentes espacios rurales y urbanos.

Dimensiones de las RAA para la valorización del patrimonio alimentario

Los enfoques para analizar a las RAA son diversos: pueden ser estudiadas a partir de características espaciales y temporales, desde el grado de compromiso expresado por las productoras y productores, y consumidores, o desde el modelo económico utilizado –con y sin fines de lucro– (Poças Ribeiro *et al.*, 2021:3). Sin embargo, y en general, el abordaje teórico de las RAA y su contrastación empírica a partir de una serie de dimensiones que las definen, continúa siendo un tema de interés y en emergencia, por lo que sigue siendo necesario contribuir heurísticamente al conocimiento a través del estudio de las materializaciones de estas redes y de los estudios de caso, y el potencial de ellas en la valorización del patrimonio alimentario, que implica el incremento del valor percibido por parte de los actores sociales, a partir de la identificación de las características que a este patrimonio le confiere un carácter único e identitario, diferenciándolo de otros bienes. Este patrimonio implica todos aquellos procesos, objetos, conocimientos, técnicas y saber-hacer específicos en torno a la producción, transformación e incluso al consumo de alimentos, y cuyas construcciones sociales y culturales son transmitidas de generación en generación.

En este sentido, y a partir de la anterior revisión teórica, fue posible sustraer y proponer las siguientes dimensiones analíticas, bajo las cuales poder identificar si algunas estrategias alternativas de conformación de organizaciones colectivas pueden considerarse manifestaciones de las RAA y determinar si éstas pueden abonar a la valorización del patrimonio alimentario. Las dimensiones analíticas propuestas se

orientan a partir de definir: 1) la identidad de la organización, rescatando la visión de los actores y los principios conductores de ésta; 2) la oferta de productos alimenticios diferenciados, cuya valorización se debe a los territorios de origen; 3) el potencial para impulsar el rescate de elementos patrimoniales, tangibles o intangibles; 4) el impulso de estas manifestaciones organizacionales para construir vinculación rural-urbana y favorecer la conformación de cadenas cortas de comercialización (ccc) y 5) las prácticas de impulso a la multifuncionalidad del territorio y continuidad de las RAA a lo largo del tiempo.

Identidad de la organización (visión compartida y principios conductores)

Las RAA se diferencian de otros aportes analíticos –como los sistemas agroalimentarios localizados (SIAL) o las CCC– debido a que no solamente consideran las actividades productivas en torno a bienes con anclaje territorial (Torres, 2018) o estructuras de comercio con intermediarios acotados, sino que éstas trascienden y se gestionan bajo *principios conductores* como la ética del cuidado al medio ambiente, la sostenibilidad, la justicia social y el bienestar animal (Edwards, 2016).

Es decir que, en esencia, las vías alternativas alimentarias se erigen como una forma de protesta social y cuya construcción de esfuerzos sociales, no exenta de críticas o fallas sistémicas, encuentran su reconocimiento en el hecho de que construyen formas de organización y proponen espacios de intercambio y consumo de alimentos a partir de principios de colaboración, simetría de la información y confianza. Estas RAA también difieren de los modelos de agricultura tradicional por su *nivel de producción y estructura horizontal*, la cual carece de jerarquías que implican toma de decisión consensuada y colectiva, la cual refleja, en su mayoría, que estamos frente a iniciativas de pequeña escala, gestadas por actores que se conectan con consumidores, quienes, a su vez, buscan productos especializados, cuyas “conexiones son construidas a través de medios tanto materiales como discursivos, como etiquetas altamente significativas de origen o imágenes de productores diseñadas para invocar una respuesta emocional [del consumidor]” (Goodman y Goodman, 2009:208, traducción de la autora).

Productos diferenciados y valorización del ‘origen’

Como segunda dimensión de análisis se establece que estas RAA se distinguen de los mercados tradicionales debido a que favorecen la redistribución del “valor [agregado] a lo largo de la red, en contraposición a la lógica de la súper producción de *comodities* en bloque; [y se] recupera la confianza entre los productores y los consumidores; establecen nuevas formas de asociación política y gobernanza del mercado” (Whatmore *et al.*, 2003:389, traducción de la autora). Esta puesta en valor implica no sólo el reconocimiento de las cualidades tangibles de los alimentos sino también de aquellos

intangibles que le diferencian de otros bienes considerados similares, especialmente al incluir etiquetas de producción orgánica, agroecológica, comercio justo o sello de origen (Valkaj *et al.*, 2013). En este sentido, las RAA pueden convertirse también en anclas de arrastre del desarrollo de los productos de origen a partir de la tipificación que estos ofrecen. Sin embargo, el valor agregado, producto de la oferta de bienes con anclaje al terruño, puede requerir de una institucionalización de los sellos de calidad (Barriga Velásquez, 2016) o de los mencionados sellos de origen.

Estos sellos permiten al consumidor reconocer en el producto no sólo la calidad nutricional y alimenticia del bien, derivadas de una serie de procesos o “mecanismos internos de certificación de calidad de los productos” (Monachon, 2017:126), sino también revalorizar el territorio de producción, sus usos, tradiciones y costumbres de transformación e incluso consumo. Lo anterior puede impactar positivamente al valor agregado, toda vez que, para Faraoni *et al.* (2017), los consumidores pueden mostrar una mayor intención de adquirir productos que cuenten con sellos de calidad o de procedencia.

Rescate de elementos patrimoniales

Una tercera dimensión del análisis de las RAA recupera la respuesta emocional de los consumidores, mencionada en la dimensión anterior, y cuya tendencia de consumo se vincula también con el hecho de que estas redes impulsan un nicho de mercado característico de los ‘mercados de la nostalgia’ (Cervantes Aldana, 2019). Estos mercados son espacios de intercambio de alimentos que, en esencia, reconcilian al individuo con sus raíces y con los sabores originales del territorio, vinculándose a veces con momentos históricos personales, y creando así un capital territorial alimentario que se concibe como parte del *patrimonio material e inmaterial* (Davoudi *et al.*, 2008). Este capital territorial, a su vez, es producido, reproducido, e incluso resguardado a lo largo del tiempo por los mismos actores del territorio, generando de esta forma un recurso heredado que evoca un sentido de autenticidad, origen, historia y cultura.

El capital territorial retoma las concepciones del patrimonio al activar una puesta de valor a partir del discurso que el bien mismo representa y que, en el caso alimentario, está vinculado no sólo al *origen* del bien sino también a las prácticas y al quehacer agroalimentario bajo los cuales se gesta una cultura territorial y que, como mencionaba Prats (2005), trasciende a la ubicación geográfica y da paso a un patrimonio localizado.

Impulso a la vinculación rural-urbana y cadenas cortas de comercialización

Considerando la premisa en torno a que las cadenas largas de comercialización in-

crementan los costos de transacción, así como los costos ambientales y reproducen una distribución inequitativa del valor agregado, es que las RAA se postulan como estructuras ‘alternativas’ y guardan ciertas características propias de las CCC, las cuales, a partir de la participación de pequeñas unidades productivas y de economía familiar (Azevedo da Silva, 2009), vinculan espacios rural-urbanos. Así, lo rural, sus elementos intangibles y su saber hacer, se posicionan como elementos diferenciadores de la oferta, alimentan y satisfacen una demanda urbana en continuo ascenso.

Esto se constituye como la cuarta dimensión analítica de las RAA. A partir de ésta, es posible mencionar que las RAA favorecen la resiliencia y sostenibilidad de los paisajes agrarios, en particular de aquellos ubicados en zonas periurbanas y que rodean e incluyen a los espacios urbanos, “contribuyendo a mantener su multifuncionalidad y su patrimonio [atenuando] los costes ambientales que generan los circuitos largos de comercialización” (Méndez Gutiérrez del Valle y Montesión Abella, 2017:197). Lo anterior fortalece el entramado teórico del constructo de las RAA, ya que pone sobre la mesa de discusión lo ‘localizado’ de las estrategias ‘alternativas’ que, como las RAA, dan paso a un esquema productivo y organizacional que se comporta como una potencial ancla de arrastre, en donde estas estructuras organizacionales, posicionadas usualmente en espacios urbanos con demandas mucho más dinámicas, se convierten en el punto nodal que genera un efecto de desarrollo territorial en las regiones productivas, usualmente localizadas en la ruralidad del país y de valorización del patrimonio alimentario en las urbes.

Prácticas de impulso a la multifuncionalidad del territorio y continuidad de la actividad

La quinta dimensión rescata este elemento de la multifuncionalidad del territorio rural, e implica una trascendencia al uso de los recursos territoriales, los paisajes agronómicos, las redes entrelazadas y el capital social colectivo construido. Esta multifuncionalidad, a su vez, supone que la actividad agroalimentaria puede tener otros efectos sobre el territorio, como puede ser a través del impulso de actividades turísticas, gastronómicas, de esparcimiento o de cuidado ambiental, mismas que pueden favorecer el desarrollo rural y la valorización del patrimonio alimentario. Aunque en el caso de las RAA existen algunas premisas en torno a que algunas de estas actividades multifuncionales deben cuestionar su contenido ‘alternativo’ y su oposición a un paradigma hegemónico (Di Masso Tarditti, 2012), estas RAA siguen erigiéndose como estructuras vinculantes colectivas que permiten el uso de los paisajes agrarios favoreciendo la “dinamización comercial y urbana de determinados barrios, buscando atraer a visitantes y turistas, lo que obligará a ofrecer una amplia gama de productos y puede ampliar los espacios destinados al ocio y al consumo *in situ* de esos productos” (Méndez Gutiérrez del Valle, 2018:197-198). El consumo *in situ* puede generar beneficios económicos a través de una mayor valorización de

los paisajes y los servicios ofrecidos por los territorios (Lamarque y Lambin, 2015), dando paso a actividades como rutas agroalimentarias, ferias gastronómicas, declaratorias de patrimonialización y otras formas de reconocimiento y valorización de los espacios agroalimentarios. Sin embargo, es importante tener cuidado con esta multifuncionalidad del territorio, puesto que puede crear una depredación ambiental y un desequilibrio del sistema.

Ahora bien, para llevar a cabo nuestra investigación, se recuperaron referencias bibliográficas que sirvieron para establecer una propuesta argumental orientada a caracterizar a las RAA a través de las dimensiones anteriormente propuestas, mismas que fueron contrastadas empíricamente a partir de una metodología mixta: cualitativa de estudio de caso (Bartlett and Vavrus, 2017) y cuantitativa por la aplicación de una encuesta con preguntas semiabiertas y escalas Likert.

En este trabajo, el estudio de caso se centró en el colectivo de productoras y productores agroalimentarios 'Nómadas'. Este estudio de caso fue integrado a partir de la revisión de fuentes primarias y secundarias. Las primeras consistieron en realizar una entrevista semiestructurada a la fundadora de la organización, así como la observación realizada al colectivo 'Nómadas' en distintas ferias gastronómicas y culturales a finales de 2019, y la aplicación de una encuesta a media decena de productoras y productores agroalimentarios integrantes de 'Nómadas'.

Posterior a la observación de la dinámica de 'Nómadas' en una feria de productores llevada a cabo en las instalaciones de la UNAM, en diciembre de 2019, durante 2020 y 2021 se mantuvo comunicación con la Lic. Maribel R. D., fundadora de 'Nómadas'. Tal comunicación culminó en la aplicación, en el mes de junio de 2021, de una entrevista en modalidad virtual con la mencionada 'Nómada' (como ella misma se denomina). La entrevista se realizó a partir de un cuestionario semiabierto que buscaba recuperar los orígenes, antecedentes, organización interna, retos y oportunidades de 'Nómadas', así como contribuir a la identificación de las dimensiones propuestas para la caracterización de Nómadas como RAA. La entrevista fue realizada a través de la plataforma Zoom®, grabada, transcrita y analizada. Por otra parte, el cuestionario aplicado en la encuesta a productoras y productores agroalimentarios integrantes de 'Nómadas' estuvo compuesto de 21 preguntas semiestructuradas y algunas en escalas Likert, por lo que algunas respuestas pudieron analizarse cuantitativamente. Estas preguntas estuvieron enfocadas en conocer no sólo las generalidades de las y los productores sino en abonar a la identificación de 'Nómadas' como materialización de las RAA a partir de las cinco dimensiones propuestas en el apartado teórico anterior. Las cinco dimensiones conformaron los ejes de análisis de la encuesta. Estas dimensiones son explicitadas y operacionalizadas en el siguiente cuadro.

Dimensiones analíticas de las RAA y operacionalización de la dimensión

| <i>Dimensión analítica</i> | <i>Características</i> | <i>Indicador o variable</i> |
|---|--|--|
| <i>Identidad de la organización</i> | Unificación de visión compartida por todos los actores de la organización | Respuestas abiertas por asociación de palabras. Respuesta en escala Likert sobre pertenencia a la organización |
| | Identificación de actividades bajo principios de medio ambiente, sostenibilidad, justicia social y bienestar animal | Respuesta dicotómica proporciona dato cuantitativo |
| <i>Productos diferenciados y valorización del 'origen'</i> | Identificación del valor [agregado] de los productos y servicios ofrecidos a partir de la identificación de elementos diferenciadores vinculados al origen | Identificación visual de productos ofrecidos para la identificación de etiquetas de producción orgánica, agroecológica, comercio justo o sello de origen |
| | Identificación de mecanismos internos de certificación de calidad | Respuesta dicotómica proporciona dato cuantitativo |
| <i>Rescate de elementos patrimoniales</i> | Rescate de elementos patrimoniales intangibles en los bienes o servicios ofrecidos | Respuesta en escala Likert de la percepción del productor sobre el nivel de valorización de elementos patrimoniales en su oferta |
| <i>Impulso a la vinculación rural-urbana y a los CCC</i> | Visualización de la vinculación rural-urbana. Identificación del número de intermediarios participantes en los Canales Cortos de Comercialización (CCC) | Caracterización de la ubicación geográfica (espacios rural-urbanos) de las y los productores, así como de la diversificación productiva. Respuesta proporciona material visual (mapa) |
| | | Respuesta cuantitativa proporciona información sobre el nivel de intermediarismo |
| <i>Impulso a la multifuncionalidad del territorio y continuidad de la actividad</i> | Identificación de actividades turísticas o de impulso a la cultura (talleres o cursos) o tradición (ferias, festividades) alrededor de la actividad de la organización | Respuestas dicotómicas ante la presencia o ausencia de actividades desarrolladas |
| | Identificación del interés de los jóvenes en continuar la actividad, así como la percepción del actor sobre factores de continuidad de la actividad | Escala Likert de identificación del nivel de interés de los jóvenes en participar en la continuidad de las actividades. Escala Likert sobre percepción de los factores para la continuidad de la actividad (ambiente institucional, proyección de ventas, certidumbre financiera) |

Fuente: elaboración propia.

A partir de estas dimensiones, la encuesta fue aplicada de forma virtual durante el mes de diciembre de 2020, y la información fue sistematizada y analizada a través del programa de paquetería estadística e informática básica Excel a partir de estadística descriptiva. La selección de los actores a participar en la encuesta se hizo con un muestreo por conveniencia, tomando en consideración la apertura y disponibilidad

de los actores a responder, con la participación activa de la Lic. Maribel Rodríguez Díaz, quien solicitó a los productores su apoyo para responder el cuestionario virtual.

Resultados y discusión

‘Nómadas’, como red vinculadora de colectivos agroalimentarios rural-urbanos

‘Nómadas’ es una organización colectiva familiar que opera como una red vinculadora de otros colectivos y productores al interior de la República Mexicana, cuyos inicios se dieron en 2017 en la Ciudad de México. Esta organización, fundada por las tres hermanas Rodríguez Díaz, está liderada por la Lic. Maribel, en quien actualmente recae la organización y dirección principal del colectivo. En 2018, posterior a la asistencia de esta organización colectiva a cursos de capacitación impartidos por el gobierno federal orientados a la elaboración de planes de negocios, inició operaciones de forma más consistente, acudiendo a eventos locales y nacionales tales como exposiciones gastronómicas y culturales.

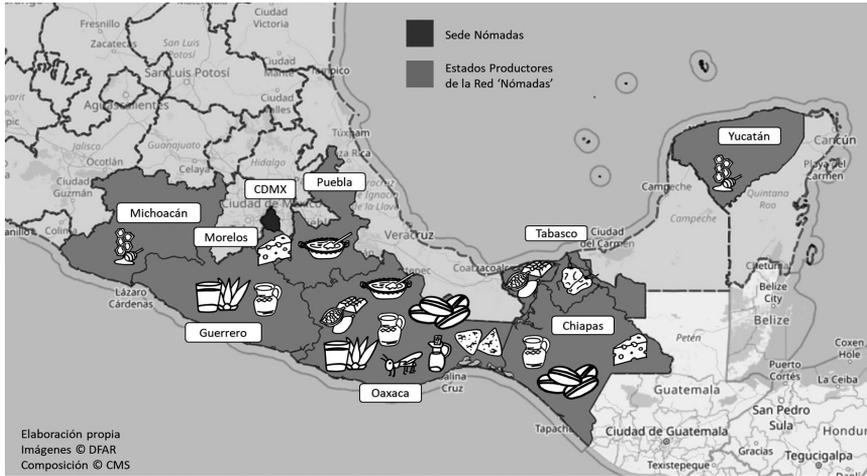
En la actualidad, ‘Nómadas’ impulsa el intercambio de alimentos de procedencia local, bajo un esquema de comercialización a cargo de los mismos productores, favoreciendo una vinculación urbano-rural y eliminando a los intermediarios (cadenas cortas de comercialización). Esta vinculación con productores puede verse en el siguiente mapa, donde se señalan también los principales productos de ‘Nómadas’. Esto les permite a los productores incrementar la comercialización de sus productos en la Ciudad de México cuando, de forma natural, éstos no han podido llegar o insertarse en el mercado de la urbe.

Asimismo, la vinculación de ‘Nómadas’ con los productores permite a consumidores selectos de la ciudad acceder a alimentos que no están físicamente disponibles en la urbe, esencialmente por limitaciones geográficas.

Es relevante mencionar que en la propuesta de ‘Nómadas’ también se busca aportar a la multifuncionalidad del territorio, destacando que la comida no sólo implica el consumo del bien, sino también la conservación de una relación, contenido y sustancia cultural, como una manera de vincularse con los consumidores y re-dinamizar los orígenes a través de los sabores.

En la actualidad se trabaja aproximadamente con 17 productores de los estados de Puebla, Michoacán, Morelos, Tabasco, Oaxaca, Chiapas, Guerrero, Yucatán y la Ciudad de México. Estos productores han contribuido al catálogo de productos desde que el colectivo existe. ‘Nómadas’ cuenta con una cartera pequeña de clientes y de proveedores. Entre su catálogo permanente de productos se encuentran

Ubicación de los productores integrantes de ‘Nómadas’ y tipos de productos



-  Aceite, ajonjolí y chiles
-  Cacao y chocolate
-  Miel
-  Café
-  Salsas de habanero
-  Chapulines
-  Mole
-  Bebidas prehispánicas: Tascalate, Tejate y Chilate
-  Totopos istmeños
-  Quesos: doble crema y cincho
-  Mezcal

Fuente: elaboración propia.

quesos artesanales, cacao, totopos y productos de maíz nativo, así como café, chiles istmeños, aceites, miel y moles.

Actualmente, el colectivo se mantiene operando en una dinámica de ‘boca a boca’, y reconoce como una de sus principales debilidades contar con poco inventario. Las limitaciones de existencias están especialmente relacionadas con que se trabaja con productos naturales y artesanales, por lo que el tiempo de vida de anaquel suele ser bajo y los inventarios cuantiosos no son factibles.

Las mujeres de ‘Nómadas’ reconocen como oportunidades y retos pendientes la digitalización y formalización de la red, a fin de poder acceder a nuevos mercados que, en el marco de la emergencia sanitaria, se abrieron y se hicieron necesarios para subsistir. Ciertamente, entre los retos que ‘Nómadas’ identifica como esenciales para el futuro está la redefinición del concepto mismo de la organización, sin perder

de vista los valores originales: comida, sabores, texturas, como un vínculo indisoluble entre el individuo y el terruño, entre el alimento y las raíces culturales.

*‘Nómadas’: una red alimentaria alternativa.
Apuntes desde las dimensiones de las RAA*

De acuerdo con las aproximaciones analíticas, ‘Nómadas’ es pues una RAA que opera como una red que vincula colectivos al interior de la República Mexicana, favoreciendo la vinculación entre la oferta rural y la demanda de la urbe, en este caso de la Ciudad de México. Es importante identificar la forma en que estas organizaciones, como RAA, contribuyen a la valorización del patrimonio alimentario desde la identidad de la organización, el impulso de la producción y consumo de productos diferenciados y la valorización del “origen”, el rescate de elementos patrimoniales tangibles e intangibles, el impulso a la vinculación rural-urbana y a las CCC y el impulso a la multifuncionalidad del territorio y a la continuidad de la actividad.

Identidad de la organización (visión compartida y principios conductores)

La organización ‘Nómadas’ se conduce bajo principios de apoyo al pequeño productor, ética ambiental, responsabilidad social y de incentivo al comercio justo, así como por la vinculación con el origen de los alimentos, el contenido cultural de los mismos y el apoyo al campo. En este sentido, vale la pena mencionar que las mujeres de ‘Nómadas’ han encontrado eco en las mujeres istmeñas, en su resiliencia, organización y creatividad, y han hecho propia su causa de recuperación económica, en especial a raíz del sismo de 2017 que tuvo grandes afectaciones en la región oaxaqueña:

[...] el valor más importante [...] es conocernos a nosotras mismas [...] Si estamos viendo a otras compañeras que están teniendo los mismos problemas que nosotras, en términos económicos, en términos de violencia, [...] hagámoslo. Ha sido enriquecedor ver [como trabajan] ellas, [veo] que ponemos un granito de arena para que la vida de esa persona sea un poquito mejor [...] Yo creo que nunca como ahora ha sido algo que nos exige la práctica, el día a día, confiar y el ser humildes de aprender de otra, de otras costumbres, de otras regiones [...] Concretamente, las mujeres del istmo de Tehuantepec siempre han sido mi admiración, porque toda la vida yo las he visto con una fuerza [...] con ese orgullo de ser juchitecas y de esa región, pero, además, muy entronas y bailadoras y que no se dejan caer (Comunicación personal, Maribel R. D., 26 de julio, 2021).

Esta sororidad, como otro elemento de la identidad de la organización, es también palpable en las relaciones que ‘Nómadas’ ha establecido con otro colectivo de mujeres cacaoteras: ‘Cacaste, Los Sabores de Tabasco’, organización de mujeres tabasqueñas que ha llevado a cabo innovaciones sociales para el desarrollo del territorio cacaotero

de la zona de Grijalva en Tabasco (Martínez Salvador y Martínez Salvador, 2020). ‘Nómadas’ y ‘Cacaste’, por mencionar sólo una de las vinculaciones entre la organización y los productores. Ambas han establecido una sinergia colaborativa que se materializa al compartir espacios comerciales, así como gastos, difusión y gestión cuando se organizan eventos y exhibiciones gastronómicas.

Como se mencionó en el apartado teórico, las RAA se caracterizan por tener un nivel de producción pequeño y una estructura horizontal que implica no sólo la participación colectiva de todos los actores sino también la de los productores en la mayoría de las etapas de la cadena de valor agroalimentaria, lo que permite que el valor agregado pueda concentrarse en los actores primarios.

En el caso de ‘Nómadas’, cuatro de los cinco productores entrevistados participan en actividades de transformación y comercialización. Asimismo, todas las personas encuestadas reportaron que sus principales clientes son los consumidores finales de sus productos, lo que es congruente con la idea en torno a la eliminación del intermediarismo. Sólo uno de los encuestados reportó participar en todas las actividades: desde el proceso productivo hasta la comercialización, lo que implica que, de las estructuras de formación de sus unidades, la comercialización es una de las más complejas al ser un colectivo de productores de chocolate.

En cuanto al nivel de producción, la mayor parte de los productores manejan volúmenes pequeños menores a los 50 kilos, o las 100 piezas de fabricación y venta al mes. De hecho, un colectivo se dispara en términos de producción y comercialización de productos cuando acumula una producción promedio mensual de 1.5 toneladas. Lo anterior refleja una producción de pequeña escala en la mayoría de los casos, lo que es convergente con el modelo de las RAA.

Productos diferenciados y valorización del ‘origen’

Uno de los objetivos de ‘Nómadas’ es ofrecer productos de origen, ello ligado al patrimonio cultural y el valor agregado “calidad”. Y es que, en algunas ocasiones, las y los integrantes de ‘Nómadas’ han realizado visitas a las instalaciones productivas para verificar los procesos de algunos miembros del colectivo, como ha sido el caso de la visita a los productores de quesos artesanales ‘de cincho’ en Morelos. Esto permitió una vinculación directa entre el productor y el colectivo, así como la identificación de las opciones gastronómicas a partir de este alimento. También se recuperaron algunos elementos de valor agregado vinculados a las condiciones agronómicas del origen de los alimentos, como en el caso del café de una cooperativa de campesinos del Istmo de Tehuantepec en Oaxaca, el cual, por las condiciones de altura de la zona de cultivo, posee calidad y sabor típico. Lo mismo en el caso de la miel de abeja del estado de Yucatán.

Si bien no todos los productos integrados a ‘Nómadas’ siguen la misma lógica, todos son sometidos a rondas de pruebas previas entre los miembros del colectivo antes de ser incluidos en el inventario. Adicionalmente, para integrarse a ‘Nómadas’, los productores deben seguir una serie de criterios de producción (ser productores primarios, no intermediarios o comercializadores), impulsar la formación de colectivos femeninos, así como favorecer prácticas agroecológicas y de comercio justo.

Por otra parte, para abonar a la agregación de valor, el diferenciador más común fue la marca propia, pues cuatro de cinco productores reportaron contar con este distintivo, y uno informó contar con marca colectiva vigente. No obstante, a pesar de lo anterior, y de que parte de la esencia de ‘Nómadas’ como nodo concentrador de los actores entrevistados es el rescate del vínculo entre cultura, alimento y terruño, la identificación de los productos con sus lugares de origen en las etiquetas o distintivos adicionales es casi inexistente. Solamente un productor reportó tener una mención expresa al lugar de origen y ninguno de los actores cuenta con mercancías que tengan protección institucional del tipo denominación de origen.

Rescate de elementos patrimoniales tangibles e intangibles

‘Nómadas’ encontró sus motivaciones esenciales aprovechando el reconocimiento del patrimonio tangible e intangible que a veces caracteriza las dinámicas propias de los mercados de la nostalgia, cuya añoranza por la familia y el vínculo con la tierra ha sido motivación para su conformación.

Este vínculo cultural tradicional, ‘Nómadas’ lo tiene especialmente con el Istmo de Tehuantepec, tanto con su comida como con sus tradiciones, siendo uno de los territorios con mayor arraigo y parte de la cosmovisión del colectivo. Por lo tanto, la inspiración de ‘Nómadas’ surge de la idea de que “estamos en búsqueda de la tierra, de nuestras raíces e identidad” (Comunicación personal, Maribel R. D., 26 de julio, 2021). Este es el caso del estado de Oaxaca, donde se tiene la “tradicción a flor de piel [de] trajes valorados, el portar el traje [de una región] es una cuestión bastante fuerte” (Comunicación personal, Maribel Rodríguez Díaz, 26 de julio, 2021).

Cabe destacar que este patrimonio agroalimentario es también gestionado por colectivos de productores, quienes elaboran alimentos como los totopos de la región de Juchitán de Zaragoza (en Oaxaca), y cuyas gestiones dan paso a otras acciones de gobernanza territorial. Dicha gobernanza está pensada como el rescate de elementos patrimoniales ante situaciones emergentes, como son el rescate de estructuras de hornos de cocción, que en la región de Juchitán se consideran pilar de la actividad económica y que se vieron severamente afectados por el sismo de septiembre de 2017 (el temblor los derrumbó).

Impulso a la vinculación rural-urbana y a las CCC

La estructura organizacional colectiva ‘Nómadas’, que se encuentra en la Ciudad de México, surgió también como alternativa a los limitados canales de comercialización que existen para llevar productos alimenticios directamente del productor de otros estados de la República al consumidor urbano. El colectivo ha creado un nodo cohesionador entre productores de zonas rurales y consumidores de la Ciudad de México.

Para los productores que se integran a ‘Nómadas’, sus modelos de negocios se basan considerablemente en las CCC, toda vez que todos los encuestados reportaron que sus principales clientes son los consumidores finales de sus productos, haciendo evidente la ausencia de intermediarios. Sin embargo, al consultarles si esta ausencia les ha permitido ofrecer productos a mejor precio, no fue posible encontrar una respuesta mayoritaria, sino que cada actor tuvo una respuesta distinta correspondiente a todos los espectros de la escala Likert. Esta discrepancia puede deberse a que, como ellos mismos mencionan, uno de los principales retos de la producción de pequeña escala recae en la necesidad de aumentar su presencia en mercados alimenticios y aumentar su volumen de ventas, cuestiones que en ocasiones se puede solventar por la presencia de intermediarios. En cuanto a esto, es importante también puntualizar que la vinculación rural-urbana que favorecen las CCC, se fortalece debido a la confianza entre productores y otros actores sociales.

Esto puede considerarse como una ventana de oportunidad para ‘Nómadas’, toda vez que las respuestas permiten apreciar que la mayoría de los actores no considera que en la actualidad se perciba un ambiente de confianza entre colaboradores ni consumidores. Lo anterior puede explicarse, en parte, a la situación de emergencia sanitaria por la que atraviesa el país (y que se abordará en el apartado siguiente), pero que ha generado un distanciamiento social y un resquebrajamiento del tejido colectivo.

Prácticas de impulso a la multifuncionalidad del territorio y continuidad de la actividad

‘Nómadas’ ha impulsado la multifuncionalidad del territorio, la cual también se relaciona con la dimensión anterior, toda vez que implica el uso y aprovechamiento de los territorios para actividades como el turismo agroalimentario o las prácticas educativas. En este sentido, ‘Nómadas’ ha tenido una gran actividad organizando y coordinando eventos culturales como ferias de trajes típicos de diversas zonas del país, muestras gastronómicas y el relato detrás de la indumentaria, el vestido y los alimentos regionales.

Otro ejemplo de esta clase de vinculación alimento-territorio es el caso de los destilados. Así, se llevó a cabo una cata de bebidas destiladas –como el mezcal– en compañía de expertos *sommeliers*, quienes enfatizaron el valor de la agrobiodiversidad y los saber-hacer de la producción, transformación y el consumo de estos productos.

Esta vinculación se evaluó preguntando si, adicional a las actividades comerciales, las y los productores realizaban cursos o talleres, visitas guiadas o participaban en ferias o eventos culturales. Todos los actores participan en este último rubro, mientras que en el caso de visitas guiadas, sólo participa uno de cinco.

Otro elemento importante lo constituye la continuidad de las actividades agroalimentarias, lo que puede convertirse en un elemento multifactorial. Sin embargo, considerando la naturaleza de la estructura organizacional de las RAA, se destacó el papel que juegan las nuevas generaciones en la continuidad de las actividades de los colectivos. En este sentido, los actores consideraron que esto era de gran importancia, aunque dos de ellos reconocieron que la actividad agroalimentaria vinculada al origen no es prioridad de los jóvenes en la actualidad. La complejidad del colectivo y su participación en actividades productivas puede explicar parcialmente dicha evaluación, aunque algunos estudios apuntarían al abandono de las actividades agrícolas por parte de las generaciones jóvenes (Ramírez, 2007). Otro elemento, al considerar la continuidad de la actividad productiva, tiene que ver con factores como la estabilidad y certidumbre financiera de las y los encuestados. Consideran que no cuentan con certeza para tomar decisiones de compra o inversión a futuro, principalmente debido a la falta de instrumentos de política pública que apoyen sus labores.

Resulta importante considerar que en la continuidad de las actividades se pueden presentar condiciones exógenas adversas que afectan la permanencia de actividades de las RAA. Ejemplo de ello es la actual emergencia sanitaria, ya que en 2020, el cierre de actividades, así como las limitaciones a la movilidad ciudadana, pusieron de manifiesto la necesidad de contar con cadenas de suministro alimentario resilientes y funcionales. Algunas estructuras organizacionales ‘alternativas’ de producción, transformación y comercialización de alimentos enfrentaron una serie de retos de los que poco se ha hablado en la literatura.

En la coyuntura actual, se exploró y evaluó cómo impactó la emergencia a los encuestados. De inicio, las encuestadas y el encuestado reportaron una disminución de sus ventas; ‘mucho’ (para tres productores) y ‘poco’ (para dos), aunque la tendencia a la baja es constante en las cinco participaciones, siendo los productos más afectados aquellos considerados como no perecederos, pero también algunos perecederos como el mole o el cacao.

En este punto cabe destacar que 'Nómadas' ha pasado por diversas etapas de cambio, definición de objetivos y ahora de metas a largo plazo y pos-emergencia sanitaria. Aunque en sus orígenes la red organizó muestras culturales y culinarias, las limitaciones presupuestales y el distanciamiento social impuesto por la pandemia en 2020, han transformado tanto las formas de organización interna como los mecanismos de vinculación con los productores integrados a la red.

En 2020, la emergencia sanitaria por Covid-19 tuvo impactos significativos en la dinámica y en las finanzas de la organización, con especial énfasis en el colectivo 'Nómadas', ya que las principales formas de vinculación entre los participantes y los consumidores finales son las ferias temáticas, gastronómicas y culturales, así como los mercados especializados. En el marco de la emergencia sanitaria, tales actividades fueron suspendidas, o bien las dinámicas de operación cambiaron considerablemente. Muestra de lo anterior es que de 12 eventos a los que en promedio asistía 'Nómadas' y sus productores y productoras, en 2020 no fue posible llevar a cabo ninguno de ellos, y sólo se desarrolló un evento durante el primer semestre de 2021. Esto evidencia una de las principales amenazas para el colectivo, considerando que la esencia de la operación es su presencia en ferias y exposiciones de productores, usualmente organizadas por instituciones públicas que permiten acceder a espacios de distribución masiva por unos días, sin descapitalizar a los colectivos, lo que además permite aumentar la exposición y difusión del concepto.

Por otra parte, sobre la dificultad de vender y colocar sus productos, esencialmente por falta de canales de exposición, distribución y contacto con sus clientes finales, los productores expresan que es precisamente la falta de espacios de venta y canales de distribución lo que ha afectado de forma más significativa su estabilidad económica, por lo que la continuidad de la actividad se complejiza, amenazando incluso la salvaguarda y reproducción de los tangibles e intangibles del patrimonio alimentario.

Conclusiones

Las RAA, como bien lo indica su nombre, han comenzado a posicionarse en la realidad social como grupos, organizaciones e iniciativas, cuyas estrategias están enfocadas a dar un viraje a los sistemas agroalimentarios (la producción, transformación, comercialización e incluso consumo de los alimentos) más tendiente al desarrollo social, y con una clara intención de transitar hacia modelos agroalimentarios más justos y sostenibles. Si bien esta propuesta teórica de las RAA podría considerarse de reciente emergencia, no podemos dejar de lado que son las realidades sistémicas globales las que nos confrontan y nos obligan a cuestionar nuestros abordajes teóricos tradicionales, y proponer el uso de enfoques como el de las RAA.

‘Nómadas’ es una clara manifestación de estas RAA, y bien puede ser explicada a partir de las dimensiones de la propuesta argumentativa de este trabajo. Empero, estas RAA deben considerarse todavía como una estrategia de ‘desarrollo’.

La RAA ‘Nómadas’, como pudo constatar en el apartado anterior, mantiene como eje principal una serie de preceptos conductores y una marcada identidad sociocultural respecto a la alimentación, lo que ha permitido identificar claramente la esencia de la iniciativa, pudiendo conformar redes con otros actores participantes a partir de visiones colectivas compartidas. Asimismo, ha conservado una estructura productiva propia de las RAA, en especial en cuanto a la producción de agricultura familiar, lo que le dota de una identidad propia, pero también la posiciona frente a una serie de retos propios de las economías de pequeña escala (como los retos de la estandarización, el manejo de los costos productivos y las certificaciones de inocuidad).

Por otra parte, como eje principal de la oferta de la RAA ‘Nómadas’, como bien pudo verse, esta oferta recae en la comercialización de bienes altamente diferenciados, de valor agregado, tipicidad, y alta vinculación al origen. No obstante, en ocasiones la especialización de la oferta coloca a estos productos en nichos de mercado considerados como ‘bienes de lujo’ (que no son de primera necesidad), lo que les dota de características propias de los bienes ‘elásticos’ –que son aquellos que ante cambios pequeños en el precio tienen afectaciones más que proporcionales en las cantidades vendidas del bien.

Ante esto, la tendencia de consumo de estos alimentos puede verse gravemente afectada por cambios socioeconómicos como una disminución en los ingresos poblacionales ocasionada por crisis económicas, o como por la actual emergencia sanitaria, que en la Ciudad de México redireccionó la demanda de alimentos hacia bienes considerados básicos. Sin embargo, no debemos obviar que la comercialización de estos bienes, así como todas aquellas actividades culturales, turísticas, gastronómicas y de difusión del conocimiento alimenticio desarrolladas por la RAA ‘Nómadas’, ha favorecido la salvaguarda y reproducción del patrimonio alimentario, al revalorizar no sólo los tangibles de la producción alimentaria sino también aquellos intangibles inherentes a la misma.

En cuanto al componente de la vinculación rural-urbana y la conformación y fortalecimiento de canales cortos de comercialización, ‘Nómadas’ impulsa las conexiones entre el productor de los espacios rurales y especialmente el consumidor urbano, dado que el nodo central de la actividad de ‘Nómadas’ se encuentra en la Ciudad de México. Empero, aquí es importante matizar que en cuanto a los circuitos cortos de comercialización se refiere, los elementos teóricos refuerzan la premisa de que éstos impulsan el consumo local y que, aunque ‘Nómadas’ se posiciona como nodo entre espacios rurales geográficamente lejanos a la urbe, su actividad de conexión nos

invita a discutir en torno a la *localidad*. Esta localidad se posiciona como precepto que puede trascender a la parte geográfica, y retoma elementos como la proximidad institucional o social, propios de los mercados de la nostalgia, lo que retoma los vínculos con el territorio, incluso en la lejanía física.

Por último, la RAA ‘Nómadas’ requiere todavía de un abordaje mayor en cuanto a las estrategias favorecedoras de la multifuncionalidad del territorio y el aprovechamiento de los recursos territoriales para actividades como el turismo gastronómico, ya que, como esta misma red reconoce, su nivel de consolidación en este aspecto es limitado, pues dependía ampliamente de eventos culturales de iniciativa pública, los cuales, con la emergencia sanitaria y el cese de actividades y las restricciones de movilidad, se eliminaron, lo que les colocó en una posición de vulnerabilidad. No obstante, la vinculación construida a base de la confianza y los acuerdos genuinos con todos los integrantes de ‘Nómadas’, le han permitido continuar trabajando a pesar de las adversidades, y no es de menospreciar la resiliencia mostrada por estas redes, aunque su continuidad en el largo plazo permanece como una interrogante.

Este trabajo deja la puerta abierta para la integración y sistematización de otras experiencias de construcción y gestión de las RAA que permitan sustraer lecciones y buenas prácticas en la gestión del patrimonio alimentario, como la recuperada en esta investigación, en especial ante la premisa de que son precisamente estas estrategias ‘alternativas’, las protagonistas necesarias de los próximos cambios en los sistemas agroalimentarios.

Bibliohemerografía

- AZEVEDO DA SILVA, Clécio (2009), “La configuración de los circuitos ‘de proximidad’ en el sistema alimentario: tendencias evolutivas”, en *Documents d’anàlisi geogràfica*, núm. 54. Dirección URL: <<https://core.ac.uk/download/pdf/13285626.pdf>>, [consulta: 20 de mayo de 2021].
- BALDI, Lucia, Danilo BERTONI, Giuseppina MIGLIORE y PERI Massimo (2019), “How alternative food networks work in a metropolitan area? An analysis of Solidarity Purchase Groups in Northern Italy”, en *Agricultural and Food Economics*, vol. 7, núm. 20, doi.org/10.1186/s40100-019-0139-3. Dirección URL: <<https://agrifoodecon.springeropen.com/articles/10.1186/s40100-019-0139-3>>, [consulta: 12 de febrero de 2021].
- BARRIGA VELÁSQUEZ, Liseth Estefanía (2016), “Redes alimentarias alternativas, contribuciones a la reconexión del consumidor con la alimentación”, en *Desarrollo Rural. Exploraciones*, Instituto para el Desarrollo Rural de Sudamérica, núm. 30. Dirección URL: <https://www.sudamericarural.org/images/exploraciones/archivos/exploraciones_30.pdf>, [consulta: 10 de junio de 2021].
- BARTLETT, Lesley y Frances VAVRUS (2017), *Rethinking Case Study Research: A*

- Comparative Approach*. Nueva York, Routledge, Taylor & Francis Group.
- CEMBALO, Luigi, Giuseppina MIGLIORE y Giorgio SCHIFANI (2013), “Sustainability and New Models of Consumption: The Solidarity Purchasing Groups in Sicily”, en *Journal of Cultural and Environmental Ethics*, vol. 26, núm. 281, doi.org/10.1007/s10806-011-9360-0. Dirección URL: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s10806-011-9360-0>>, [consulta: 13 de febrero de 2021].
- CERVANTES ALDANA, Javier F. (2019), *El mercado de los productos nostalgia: una oportunidad para las PYMES*, Ciudad de México, xv Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM, 9, 10 y 11 de octubre. Dirección URL: <<http://congreso.investigafca.unam.mx/docs/xv/docs/88.pdf>>, [consulta: 23 de junio de 2021].
- CONTINI, Caterina, Caterina ROMANO, Fabio BONCINELLI, Gabriele SCOZZAFAVA y Leonardo CASINI (2017), “Does ‘local’ matter in restaurant choice? Results of a discrete choice experiment targeting German and Italian consumers”, en *Agricultural and Food Economics*, vol. 5, núm. 1, doi.org/10.1186/s40100-017-0092-y.
- DAVOUDI, Simin, Nick EVANS, Francesca GOVERNA y Marco SANTANGELO (2008), “Territorial governance in the making. approaches, methodologies, practices”, en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 46. Dirección URL: <<https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/677/631>>, [consulta: 14 de enero de 2021].
- DELGADILLO, Víctor (2020), “La Covid-19 golpea los mercados de abasto en Ciudad de México”, en *El País*, 27 de mayo. Dirección URL: <https://elpais.com/elpais/2020/05/19/seres_urbanos/1589871781_940994.html%0A>, [consulta: 14 de octubre de 2020].
- DI MASSO TARDITTI, Mariana (2012), *Redes alimentarias alternativas y soberanía alimentaria. Posibilidades para la transformación del sistema agroalimentario dominante*, Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, tesis de doctorado. Dirección URL: <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2013/hdl_10803_107853/mdmt1de1.pdf>, [consulta: 14 de abril de 2021].
- EDWARDS, Ferne (2016), “Alternative Food Networks”, en David M. KAPLAN (editor), *Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics*, Dordrecht, Springer Netherlands, doi: 10.1007/978-94-007-6167-4_513-1. Dirección URL: <<https://link.springer.com/referencework/10.1007/978-94-007-6167-4>>, [consulta: 15 de marzo de 2021].
- FARAONI, Monica, Tommaso PUCCI, Samuek RABINO y Lorenzo ZANNI (2017), “Does brand market value affect consumer perception of brand origin in the purchasing process? The case of Tuscan wines”, en *Mercati e Competitivit*, vol. 2017, núm. 1. Dirección URL: <<https://www.torrossa.com/it/resources/an/4136570#>>, [consulta: 15 de diciembre de 2020].
- FEAGAN, Robert (2007), “The place of food: Mapping out the ‘local’ in local food systems”, en *Progress in Human Geography*, vol. 31, núm. 1, doi: 10.1177/0309132507073527. Dirección URL: <<https://journals.sagepub>

- com/doi/10.1177/0309132507073527>, [consulta: 15 de enero de 2021].
- FRIGOLÉ REIXACH, Joan (2014), “Patrimonialización y mercantilización de lo auténtico, dos estrategias básicas en una economía terciaria”, en Xavier ROIGÉ, Joan FRIGOLÉ y Camira DEL MÁRMOL (editores), *Construyendo patrimonio cultural y natural. Parques, museos y patrimonio rural*, Valencia, Germania.
- GOODMAN, David y M. K. GOODMAN (2009), “Alternative Food Networks”, en Rob KITCHIN y Nigel THRIFT (editores), *International Encyclopedia of Human Geography*, Londres, Elsevier Oxford.
- LAMARQUE, Penélope y Eric F. LAMBIN (2015), “The effectiveness of marked-based instruments to foster the conservation of extensive land use: The case of Geographical Indications in the French Alps”, en *Land Use Policy*, vol. 42, enero, doi: 10.1016/j.landusepol.2014.10.009. Dirección URL: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264837714002269>>, [consulta: 21 de noviembre de 2020].
- MARTÍNEZ SALVADOR, Laura E., Loarry GABRIEL HERNÁNDEZ y David ALVARADO RAMÍREZ (2021), “Cadenas Cortas de Comercialización y seguridad alimentaria: el caso de El Mercado el 100”, en *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, México, vol. 52, núm. 206, doi: 10.22201/iiec.20078951e.2021.206.69732. Dirección URL: <<https://www.probdes.iiec.unam.mx/index.php/pde/article/view/69732>>, [consulta: 3 de julio, 2021].
- MARTÍNEZ SALVADOR, Laura E. y Carolina MARTÍNEZ SALVADOR (2020), “Innovación social en organizaciones cacaoteras en Tabasco, México. Aproximaciones desde la gobernanza territorial y la participación femenina en la agricultura”, en *Estudios Sociales*, vol. 30, núm. 55, doi: <https://doi.org/10.24836/es.v30i55.939>. Dirección URL: <<https://www.ciad.mx/estudiosociales/index.php/es/article/view/939>>, [consulta: 10 de marzo de 2021].
- MÉNDEZ GUTIÉRREZ DEL VALLE, Ricardo (2018), “Prácticas económicas alternativas y nuevas dinámicas urbanas: los grupos de consumo agroecológico”, en Javier DELGADILLO MACÍAS y Javier SANZ CAÑADA (editores), *Sistemas agroalimentarios locales de proximidad. Contextos rurubanos en México y España*, México, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM.
- MÉNDEZ GUTIÉRREZ DEL VALLE, Ricardo y Obdulia MONTESERÍN ABELLA (2017), “Redes alimentarias alternativas en grandes ciudades: los mercados de productores agrarios en Madrid”, en *Cuadernos Geográficos*, vol. 56, núm. 1. Dirección URL: <<https://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/4049>>, [consulta: 20 de febrero de 2021].
- MONACHON, David S. (2017), *Redes alimentarias alternativas: nuevos compromisos políticos y sociales. Un estudio comparativo franco-mexicano*, México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, tesis de doctorado. Dirección URL: <<https://ciesas.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1015/651/1/TE%20M.%202017%20David%20Sebastien%20Monachon.pdf>>, [consulta: 23 de mayo de 2021].

- POÇAS RIBEIRO, Ana, Robert HARMSSEN, Giuseppe FEOLA, Jesús ROSALES CARREÓN, Ernst WORRELL (2021), “Organising Alternative Food Networks (AFNs): Challenges and facilitating conditions of different AFN types in three EU countries”, en *Sociologia Ruralis*, vol. 61, núm. 2, doi: 10.1111/soru.12331. Dirección URL: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/soru.12331>>, [consulta: 5 de junio de 2021].
- PRATS, Llorenç (2005), “Concepto y gestión del patrimonio local”, en *Cuadernos de Antropología Social*, núm. 21. Dirección URL: <<https://www.redalyc.org/pdf/1809/180913910002.pdf>>, [consulta: 19 de noviembre de 2020].
- RAMÍREZ MARTÍNEZ, Miguel Ángel (2007), *Ambiente, cultura y sociedad: Los productores de cacao de pequeña escala de José María Pino Suárez, Comalcalco, Tabasco*, México, Universidad Iberoamericana, tesis de doctorado. Dirección URL: <<http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014844/014844.pdf>>, [consulta: 12 de julio de 2021].
- RENTING, Henry, Terry K. MARSDEN y Jo BANKS (2003), “Understanding alternative food networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development”, en *Environment and Planning A: Economy and Space*, vol. 35, núm. 3, doi: 10.1068/a3510. Dirección URL: <<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1068/a3510>>, [consulta: 14 de mayo de 2021].
- SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, José Luis (2009), “Redes Alimentarias Alternativas: concepto, tipología y adecuación a la realidad española”, en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 49. Dirección URL: <<https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/781/704>>, [consulta: 29 de octubre de 2020].
- TORRES SALCIDO, Gerardo (2018), “Gestión y gobernanza territorial. Los Sistemas Agroalimentarios Localizados en la encrucijada del desarrollo territorial”, en *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, vol. 5, núm. 14. Dirección URL: <<https://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/rivar/article/view/3256>>, [consulta: 14 de junio de 2020].
- VALKAJ, Kristijan, Marija CERJAK, Samir KALIT, Ante RAKO y William L. WENDORFF (2013), “Do consumers from MeXimurje region recognize their autochthonous Turos cheese?”, en *Mljekarstvo*, vol. 63, núm. 4. Dirección URL: <<https://core.ac.uk/download/pdf/18315546.pdf>>, [consulta: el 11 de septiembre de 2020].
- WHATMORE, Sarah, Pierre STASSART y Henk RENTING (2003), “What’s Alternative about Alternative Food Networks?”, en *Environment and Planning A: Economy and Space*, vol. 35. Dirección URL: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1068/a3621>>, [consulta: 26 de febrero de 2021].

Recibido: 12 de agosto de 2021

Aprobado: 8 de abril de 2022