

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**

**FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA**

**LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA**

**ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN**

**“LOS MERCADOS DE LA TIERRA COMO ESTRATEGIA PARA UNA  
GASTRONOMÍA SUSTENTABLE. CASO VERDE ALTERNATIVO TOLUCA.”**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE**

**LICENCIADA EN GASTRONOMÍA**

**PRESENTA:**

**C. Paola Erandi Saucedo Jiménez**

**DIRECTOR**

**Dra. en E.T. Yanelli Daniela Palmas Castrejón**

**CO DIRECTORES**

**Dra. en C.A.R.N- Andrea Edurne Jiménez Ruíz**

**Dr. en A. y A.D. Alejandro Delgado Cruz**

**Toluca, México a 31 de agosto de 2023**

## Índice

Votos Probatorios.....	2
Revista .....	5
Indizada en.....	5
Carta de recibido .....	7
Agradecimientos .....	8
Índice.....	9
Resumen .....	10
Palabras Claves .....	10
Abstract.....	11
Key Words.....	11
Introducción.....	12
La gastronomía desde el pasado al presente y su relación con Slow Food. ....	14
Los mercados de la tierra.....	17
Materiales y Métodos.....	18
Resultados y Discusión.....	19
Resultados.....	19
Discusión .....	22
Tablas y Figuras .....	23
Tablas.....	23
Figuras .....	25
Conclusiones .....	30
Referencias .....	32

**Los mercados de la tierra como estrategia para una gastronomía sustentable. Caso Verde Alternativo Toluca.**

**Earth markets as a strategy for sustainable gastronomy. The case of “Verde Alternativo Toluca.”**

**Resumen**

El propósito de este artículo es explicar las bases de la gastronomía sustentable y su relación con los mercados de la tierra del movimiento Slow Food, tomando como ejemplo el caso del *Mercado verde alternativo Toluca* y el impacto que éste ejerce en la comunidad del Valle de Toluca en la obtención de una gastronomía sustentable. Para obtener los resultados se utilizó una investigación teórica de enfoque cualitativo, con estrategia experimental de ambiente documental y de campo, se aplicó un instrumento a 16 integrantes del *Mercado de la tierra*, los cuales fueron seleccionados tomando en consideración que el giro de su proyecto cumpliera con el eje gastronómico, aunado a una observación participante durante un año, como resultados se obtienen a los insumos, colaboradores y clientes como parte fundamental de una gastronomía sustentable, cada uno con ciertas peculiaridades que engloban el cero generación de residuos, canales de cadena corta de suministro y comercialización, entre otros . Se concluye que para que una gastronomía sea sustentable en un mercado de la tierra se deben relacionar tres elementos: insumos, colaboradores y consumidores, cada uno con características propias.

**Palabras Claves**

Gastronomía sustentable, Slow Food, mercados de la tierra.

## **Abstract**

The purpose of this article is to explain the bases of sustainable gastronomy and its relationship with the earth markets of the slow food movement, taking as an example the case of the Toluca Alternative Green Market and the impact, it has on the Toluca Valley community. in obtaining sustainable gastronomy. To obtain the results, a theoretical investigation with a qualitative approach was taught, with an experimental strategy of a documentary and field environment, a questionnaire was applied to 16 members of the Earth Market, who were selected taking into account that the turn of their project complied with the gastronomic axis, together with a participant observation for a year, as results were obtained to the inputs, collaborators and clients as a fundamental part of a sustainable gastronomy, each one with certain peculiarities that include zero waste generation, short chain channels supply and marketing, among others. It is concluded that for gastronomy to be sustainable in an earth market, three elements must be related: inputs, collaborators, and consumers, each with their own characteristics.

## **Key Words**

Sustainable gastronomy, slow food, earth markets.

## Introducción

Por años se ha hablado de una alimentación sustentable, sus contribuciones, repercusiones y las formas en las que se puede llevar a cabo; sin embargo, son muy pocos los grupos que logran realizarlas satisfactoriamente y generar un cambio o impacto en su población. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) dice que la alimentación sustentable conlleva “dietas con bajo impacto ambiental que contribuyen a la seguridad alimentaria y nutricional y a la vida sana de las generaciones presentes y futuras.” (FAO, 2010, p. 1) Por lo que, para que una alimentación pueda ser considerada como sustentable, debe ser culturalmente aceptable, económicamente justa, nutricionalmente adecuada, amable con el medio ambiente y permitir la optimización de recursos naturales y humanos (Ibidem)

Diversas asociaciones y colectivos han implementado estrategias para lograr dicha alimentación, como lo son la Alianza Mundial para una Agricultura Climáticamente Inteligente (GACSA) con sus proyectos que buscan mejorar la seguridad alimentaria en un contexto climático, o el Programa Mundial para una Ganadería Sostenible de la FAO. (FAO, 2021). Al leer reportes, blogs y noticias, pareciera que las acciones para lograr una gastronomía sustentable están siendo tangibles, pero realmente es necesario trabajar en la documentación de estos casos.

Además de la FAO, existe una asociación etnogastronómica que ha ido trabajando desde hace ya más 30 años denominada Slow Food, fundada en Bra, Italia en 1986; la cual ha impulsado la gastronomía sustentable a través de diversos programas socioculturales, dentro de los cuales se encuentran los mercados de la tierra, cuyo objetivo es “crear vínculos directos entre los productores y el público general, eliminando intermediarios e incrementando la accesibilidad de una comida buena, limpia y justa.” (Coulton, 2021), se apoya de otros movimientos, como lo es el *zero waste* o cero residuos, el cual busca reducir las mermas en las prácticas gastronómicas con el fin de generar el menor impacto ambiental posible.

En el análisis de datos, se visualizaron temas relevantes que marcan sin duda alguna marcan líneas de investigación a corto y mediano plazo, por ejemplo, en Dialnet, los artículos relacionados con los constructos *tierra, mercados y gastronomía*, da como resultado es cero artículos, por lo que se decidió hacer un cambio en los constructos de búsqueda, con el fin de saber que se está trabajando en términos científicos con gastronomía sustentable. Al colocar en

el buscador *cero residuos and gastronomía*, se obtuvieron 10 documentos entre tesis, artículos de revista y libros; al iniciar con el descarte, se visualizó que ningún documento sostenía relación con los mercados de la tierra y el impacto de estos en la gastronomía y la generación de cero residuos, si no que, en su mayor parte, se enfocan al diseño de planes de negocios sustentables desde diferentes disciplinas, como el área financiera o de mercadología, los cuales no contaban con el enfoque gastronómico, alimentario o histórico necesario para satisfacer el propósito de esta investigación.

En la base de datos Redalyc, a pesar de obtener más de 9 mil resultados, al ir aplicando filtros de ubicación, temporalidad y disciplina para posteriormente discriminar artículos, se obtuvo un artículo publicado en la Revista El Periplo Sustentable, relacionado con gastronomía sustentable en México, el cual se refiere a la gastronomía en el contexto histórico, concluyendo en una comparación entre México y los lineamientos europeos de gastronomía sustentable (Silva et al., 2022), lo que conlleva a replantear si en la lengua española se está investigando y escribiendo lo necesario para poder fundamentar lo que es la gastronomía sustentable.

Por otra parte, los mercados de la tierra juegan un papel importante en la gastronomía a nivel mundial, en el Estado de México, se encuentra ubicado el municipio de Toluca, tiene una población aproximada de 910,608 habitantes (INEGI, 2020), cuenta con 4 mercados principales y 34 tianguis delegacionales (Ayuntamiento de Toluca, 2020), de los cuales solo uno está considerado como *Mercado de la tierra*, según la categorización de Slow Food, más no la categorización del Ayuntamiento Municipal. Lo que conlleva a plantear si a pesar de la inseguridad alimentaria que se vive en el mundo, en espacios territoriales como el municipio se hicieran cambios en el hábito de consumo y de ventas, se podría impactar de forma local a nivel global.

Para llevar a cabo este artículo, se realizó una investigación teórica de enfoque cualitativo, con estrategia experimental de ambiente documental y de campo; para analizar las fuentes de datos se aplicó un instrumento a 16 integrantes del mercado, obteniendo como resultados dos aspectos importantes la percepción de los productores respecto a sus proyectos y como estos se desenvuelven dentro de la gastronomía sustentable del Valle de Toluca, y la necesidad de fundamentar procesos y acciones que están siendo llevadas a cabo para obtener una gastronomía sustentable.

## **La gastronomía desde el pasado al presente y su relación con Slow Food.**

Etimológicamente, la gastronomía proviene del griego γαστρονομία, formada por gaster o gastros (estómago), nomos (regla) y el sufijo -ia (cualidad), al juntar los sufijos *nomia* se obtiene la norma, ley o ciencia (DECEL, 2023). Por lo que, la gastronomía es el estudio de la relación del ser humano con su estómago, los alimentos que éste ingiere y el valor de ellos, tanto nutricional, como cultural y social.

Con el pasar de los años, la gastronomía ha ido tomando más fuerza y rigor a lo que se le presente. No se habla de una historia sencilla y sin fundamentación. En un inicio la gastronomía era considerada como el arte de cocinar y el montaje final, actualmente conlleva la relación entre la cultura y el alimento de dicha cultura. Para algunos autores la gastronomía debe estudiarse de manera interdisciplinaria, conlleva conocimientos referentes al arte, danza, esculturas, nutrición, arquitectura, química, agricultura, política, entre otros (Gutiérrez de Alva, 2012; Lujan, 2019; Laudan, 2020). El gastrónomo, por su parte, según Cecilia Gutiérrez de Alva (2012) realiza actividades como degustar, transformar, historia, narrar, descubrir, vincular, entender, conocer, contextualizar, experimentar e investigar los alimentos (pág. 6), sin lugar a duda se debe abarcar desde diferentes disciplinas el concepto de gastronomía y gastrónomo.

Ahora bien, a partir del surgimiento del término de sustentabilidad y desarrollo sustentable, el cual marca la pauta para el cuidado y preservación de los recursos naturales y culturales para estas y futuras generaciones (Naciones Unidas, 1987). Bajo este paradigma, el crecimiento era desmesurado, basado principalmente en aspectos económicos, dando cuenta que cualquier actividad humana genera impactos negativos a los recursos naturales, la gastronomía no es la excepción.

En la actualidad se está apostando a los 17 Objetivos del Desarrollo Sustentable, propuestos para alcanzar en el 2030, en ellos está implícita la gastronomía. La alimentación está involucrada desde compras responsables a comunidades vulnerables, hasta empleos dignos y el cuidado de los desechos que paran en el mar. Ciudades inteligentes que permitan un mejor cultivo y aprovechamiento de los recursos, una educación que fomente la buena y sana

alimentación; es decir, la gastronomía es un eje transversal que puede apoyar alcanzar la Agenda 2030 (Gaztelumendi y Rodríguez, 2022).

Dentro de los esfuerzos colectivos para la obtención de una alimentación sostenible sobresalta la de Slow Food, movimiento internacional originario de Italia, el cual busca replantear la gastronomía y todo lo que esta conlleva al promover la difusión de una filosofía de salvaguarda tradicional y regional, combinando placer con conocimientos que promuevan una alimentación justa para todos los miembros de la cadena. (Slow Food, s.f.)

Slow Food fue fundada como una asociación "etnogastronómica" por el activista alimentario Carlo Petrini en la ciudad de Bra, Italia en 1986. El objetivo principal era apoyar y defender la buena comida y los placeres gastronómicos que se derivan de un ritmo de vida lento. (Slow Food, s.f.). Slow Food cree en la gastronomía que va de lo local a lo global, una multidisciplina que eduque a las personas a seleccionar sus alimentos basados en conocimientos de estos, permitiendo vivir sus vidas de la mejor manera posible.

Dentro de las estrategias de Slow Food se encuentran El Arca del Gusto, cuyo fin es catalogar alimentos olvidados o en peligro de extinción; el evento Salone del Gusto y Terra Madre, donde productores y consumidores conscientes pueden vincularse libremente y la Alianza de Cociner@s Slow Food, cuyo objetivo es comunicar y promover los Baluartes de Slow Food y la cocina del mundo mediante la defensa de la biodiversidad. (Slow Food México, s.f.); es decir, se busca una alimentación cociente que conlleve la conservación de los recursos y que respete los tiempos de la tierra. Sin embargo, de todos estos resalta la propuesta de los Mercados de la Tierra; proyecto cuyo objetivo es “crear vínculos directos entre los productores y el público general, eliminando intermediarios e incrementando la accesibilidad de una comida buena, limpia y justa” (Coulton, 2021).

Los tres pilares fundamentales del movimiento permiten desde hace ya más de 30 años, definir a la gastronomía sustentable como todo aquel alimento que sea bueno, limpio y justo (Slow Food, s.f.). Este movimiento ha permitido que la sustentabilidad, no sea una moda más y un intento por hacer que la gastronomía sea inmersa en todos los ODS utópicamente, ya que se ha dedicado a la promoción y salvaguarda de alimentos y conocimientos.



Slow Food ha participado en la definición de aquellos movimientos que se relacionen con la gastronomía y con la sustentabilidad, entre los que destacan los Mercados de la Tierra, los cuales son “lugares para comprar productos de alta calidad, pero también espacios para construir comunidades, generar intercambio y educación” (Slow Food Earth Markets, s.f.). Aunque aún falta mucho que construir respecto a este tema, este tipo de mercados permite al público conocer de forma íntima el origen de sus productos y la filosofía de los productores que buscan llevar a la mesa del comensal.

En Slow Food, se reconocen como productores a todos aquellos individuos o artesanos de la alimentación que venden solo lo que producen, y pueden garantizar personalmente la calidad de sus productos (Slow Food Earth Markets, 2020). Los productos deben de cumplir con determinados fundamentos que son: ser buenos; utilizar ingredientes de temporada, frescos y sabrosos que satisfagan los sentidos y que formen parte del baluarte cultural y local; ser limpios; que cuenten con una producción y consumo que no dañen al medio ambiente, el bienestar animal o la salud. Y finalmente, ser justos, contar con precios accesibles para los consumidores y condiciones y salarios justos para los productores. (Slow Food International, 2018).

Existen otros términos que se involucran directamente con una gastronomía sustentable, como lo es el término de cero residuos, *zero waste*, principalmente relacionado a la obra “UrbanOre” del estadounidense Daniel Knapps de 1980, en la que se buscaba disminuir el espacio utilizado por la basura dentro de los basureros, alentando a la comunidad a reutilizar sus residuos para aminorar las dimensiones de estos. Actualmente el movimiento se basaba en 5 pilares, conocidas como las 5R popularizadas por Bea Johnson (2013): Rechazar aquello que no necesitas, Reducir aquello que, si necesitas, Reutilizar lo que consumes, Reciclar aquello que no puedes rechazar, Reducir o reutilizar y transformar el resto.

De hecho, la gastronomía ha ido evolucionando junto con la humanidad y los conocimientos, por ejemplo, a pesar de haber iniciado con un tema relativamente ajeno a la gastronomía, el concepto de cero residuos comenzó a emplearse en el ámbito a principios del 2010 (Roker, 2022) convirtiéndose en un sub-movimiento conocido como *Zero Waste Cooking* o cocina de aprovechamiento, utilizando las mismas políticas del primer movimiento, pero aplicadas al entorno gastronómico; reducir el desperdicio de alimentos, utilizar todas las partes de los

ingredientes, minimizar porciones, realizar abono y donar, lo cual sin lugar a duda es un elemento que debe ir empalmado de la gastronomía sustentable.

## **Los mercados de la tierra**

El proyecto de los mercados de la tierra comenzó en 2004, con los siguientes objetivos: dar acceso a y consumidores y convertirse en lugares de intercambio de conocimientos y la transmisión de saberes, teniendo como fin la educación del gusto y la correcta nutrición, así como generar ciudadanos conscientes. Lugares donde desarrollar un sentido de comunidad. (Slow Food Foundation, 2022)

Los mercados de la tierra buscan proteger la biodiversidad alimentaria, dando valor a las variedades endémicas de las zonas de proveniencia de los productores y las zonas de los mercados, con el fin de salvaguardar culturas y saberes. También se busca la reivindicación, puesto que “la compra es un acto político, un instrumento concreto y cotidiano para luchar contra problemas de gran envergadura, desde la crisis climática hasta la pérdida de la biodiversidad.” (Milano, 2020), el mercado busca ser una pieza fundamental para la creación de políticas alimenticias locales, demostrando que existen otras formas de compraventa que son sustentables (Soto, 2005).

A través de estos proyectos también se apoya a la economía local debido a la inclusión de pequeños productores de la región, los cuales pueden dar constancia de primera mano sobre quienes son, cuáles son sus procesos de producción y bajo qué criterios establecen sus precios. Finalmente, con el objetivo de formar comunidades, los mercados también buscan educar en el consumo mediante la amabilidad, tanto personal como ambiental, impulsando los intercambios, trueques y encuentros relacionados con todos los aspectos de la cadena, desde productores hasta consumidores.

Actualmente, en el mundo existen 88 Mercados de la Tierra en 30 países, y de estos, 5 se encuentran en México; 2 en Yucatán, 2 en CDMX y 1 en el Valle de Toluca, siendo el *Mercado de la Tierra Capital Verde CDMX*, el último en ser agregado a la lista, posicionado a México como el tercer país con mayor cantidad de Mercados de la Tierra, superados por el país natal Italia, con 47 mercados y Austria, con 6. (Slow Food International, s.f.).

Para poder ser considerado como un Mercado de la Tierra, es necesario pasar por un proceso de candidatura en la que la red de Slow Food evalúa que se sigan las directrices Internacionales del movimiento y estos se apeguen a la filosofía Slow Food. Una vez aceptados, los mercados participan en diversos eventos nacionales e internacionales de la asociación, dentro de los cuales hay foros, seminarios y conferencias en donde los miembros de la comunidad pueden darse a conocer mientras continúan educándose en los valores de sustentabilidad y agroecología, así como la alimentación consciente y los cero residuos. (Milano et al., 2020).

El Mercado de la Tierra: Verde Alternativo Toluca, previamente conocido como Mercadito Verde Alternativo, fue inaugurado el pasado 28 de agosto del 2021 en su sede Casa Espora, ubicada en Humboldt 210, Barrio de Sta. Clara Centro de Toluca. El evento fue presidido por Ileri Origel, portavoz del Mercado, y 24 productores locales que han sido parte de este a lo largo de los años. Originalmente, el mercado buscaba dar a conocer una alimentación basada en principios agroecológicos; ahora con el reconocimiento de Slow Food, se buscará salvaguardar la agricultura y el patrimonio de Toluca, así como impulsar la educación alimentaria y la alimentación consciente. (Colacino, 2021).

Aunque en el Valle de Toluca existen 4 mercados principales y 34 tianguis delegacionales, hasta abril del 2020. (Ayuntamiento de Toluca, 2020), solo uno está enfocado en los principios agroecológicos. Tomando en cuenta lo anterior, surgen las siguientes preguntas ¿cómo ha abonado el Mercado de la Tierra: ¿Verde Alternativo Toluca a la gastronomía sustentable del Valle de Toluca? ¿Un mercado verde es una estrategia viable para generar redes de colaboración entre productores y consumidores del Valle de Toluca? Considerando la necesidad de tener precios y trabajos sustentable ¿Son los precios de los proyectos del mercado económicamente sustentables y adecuados? ¿Se debería impulsar la creación de más espacios para la gastronomía sustentable o basta con difundir y apoyar a los que ya se encuentran en marcha?

## **Materiales y Métodos**

Utilizando una investigación teórica de enfoque cualitativo, con estrategia experimental de ambiente documental y de campo, se analizaron fuentes de datos, se aplicaron instrumentos cualitativos a 16 integrantes del mercado de la tierra: Verde alternativo Toluca, los cuales

fueron seleccionados tomando en consideración que el giro de su proyecto cumpliera con el eje gastronómico necesario, junto con una observación participante a largo de un año (2021-2022).

Se discriminaron a participantes cuyos ejes que se encontraban fuera del giro gastronómico o cuya primera línea de acción fuera ajena al elemento alimentario, como lo son los productos de higiene sustentable o elementos decorativos *zero waste*; este ejercicio de eliminación dejó un tamaño de población de 16 colaboradores dentro del *mercado de la tierra*, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Para la aplicación del instrumento, se habló con la directora del mercado, la maestra en agroecología Ireri Elisa Origel Rodríguez, quien después de consultarlo con los colaboradores del mercado, asignó un día en el que el mercado estuvo en funcionamiento total, con el fin de aplicar los instrumentos a los proyectos correspondientes y tenerlos a todos en un mismo espacio.

Con la aplicación del instrumento, se buscó la obtención de un conocimiento descriptivo longitudinal, con el cual, a través del año en que se observó la evolución del mercado, se pudo entender y conocer las circunstancias en las que la comunidad del *mercado de la tierra: Verde alternativo Toluca* se desenvuelve y, los efectos que este ha tenido en la gastronomía sustentable del Valle de Toluca y en el desarrollo de los proyectos que se refugiaron en este. Para el análisis de los instrumentos se utilizó como herramienta el Dedoose, la cual es una multiplataforma que permite analizar datos cualitativos como textos, audios imágenes y videos, entre otros.

A partir de la extracción de datos, se obtienen las categorías de análisis mostradas a continuación (Tabla 1). De las fuentes analizadas se obtienen las categorías de análisis y su conceptualización.

## **Resultados y Discusión**

### **Resultados**

A partir de la repetición de códigos ingresados a la plataforma Dedoose, se puede visualizar que las categorías de análisis más repetitivas y, que junto con las referencias señaladas con anterioridad y la realidad, permite visualizar la relación entre utopía y praxis en el Mercado Verde del Valle de Toluca; se muestra que, al relacionar las preguntas referentes a gastronomía

sustentable, sustentabilidad, impactos en el mercado y gastronomía sustentable, la nube de palabras proyecta: agroecología, apoyo a proyectos, insumos locales, insumos de temporada y pequeños productores como la forma en la que los integrantes del mercado se desenvuelven respecto a sus conocimientos en materia de sustentabilidad y gastronomía sustentable. (Figura 1)

La mayoría de los integrantes del mercado reconoce la gastronomía sustentable como un resultado de la procedencia de los insumos, los cuales deben ser locales, limpios y de temporada para ser considerados como tal; sin embargo, también se habla del uso de la agroecología, la cual se define como la “ciencia que incorpora ciencias sociales, biológicas y la agricultura, y las integra con los conocimientos tradicionales de los campesinos” (Sociedad Científica de Agroecología, 2015: 7) con el fin de reforzar las prácticas utilizadas en la producción y conservación de los insumos propios y alternativos de bajo impacto.

Por otro lado, al describir la sustentabilidad, la categoría de análisis destacada dentro de los miembros de la comunidad fue la de equilibrio, refiriéndose al trabajo en armonía con los ecosistemas sin generar un deterioro en los recursos necesarios para vivir, como lo menciona Guillermina Palmas de Huerto Pachamama “Son las acciones que realizamos para conservar y cuidar nuestro entorno, trabajando de forma armónica con la naturaleza” (comunicación personal, diciembre de 2021)

Respecto a la seguridad alimentaria, existe una confusión por parte de los involucrados, ya que se argumenta que la sustentabilidad como concepto está ligado a una soberanía alimentaria, cuando esta es mejor agrupada dentro de la subcategoría de gastronomía sustentable.

La Repetición de códigos en el Mercado Verde del Valle de Toluca (Figura 2), permite verificar que los cuestionados consideran que la gastronomía sustentable conlleva insumos locales, insumos de temporada y agroecología como parte elemental del mercado; además del consumo a los pequeños productores. Lo que podría decirse es que un mercado verde debe involucrar esos cuatro aspectos.

Los proyectos que llevan un periodo de actividad más largo dentro del mercado cuentan con una mejor noción de las formas en las que aportan diariamente a la creación de una gastronomía

sustentable en el valle de Toluca, reconociendo que sus productos son locales, limpios y justos y de procedencia agroecológica.

Se visualiza el compromiso de los participantes del mercado que tienen más de tres años participando en dicho proyecto, el compromiso es tal, que llevan a cabo prácticas sustentables en sus hogares, generando cero residuos, separación de estos, compostas o la realización de huertos urbanos; es decir, llevan más allá los conocimientos adquiridos en el mercado. Por otra parte, los proyectos más jóvenes (con menor tiempo en el mercado) argumentan que no existe una gastronomía sustentable en el Valle de Toluca o la cimentación de esta no está bien planteada, puesto que falta conocimiento y divulgación respecto al tema. (Figura 3 y 4).

De acuerdo con los miembros de la comunidad, les es complicado encontrar pláticas sobre la gastronomía sustentable fuera de sus círculos o de las comunidades enfocadas o interesadas en la sustentabilidad. Pareciera que, a pesar de que se llevan a cabo prácticas sustentables en el mercado verde, como comercio justo o la filosofía de kilómetro cero, son pocos los espacios que ofrecen divulgación concreta al respecto (Figura 5).

El análisis previo de las categorías de análisis lleva a reconocer a los insumos como aquella sobresaliente dentro del Mercado de la Tierra: Verde Alternativo Toluca, aunque no es necesario para los productores ser conscientes de estos conceptos para darse cuenta de la importancia de los mismos y el entender la necesidad de su venta en los mercados, si se refleja en la participación de los pequeños productores en la venta y manipulación de estos, como menciona Joel Ordoñez de Occentlalli “Al cultivar maíz de una manera sustentable y al transformar este productos alimenticios de manera artesanal y ofrecer estos con sus propiedades naturales” (comunicación personal, diciembre de 2021)

Otra de las categorías de análisis que fue repetitiva y de la que más se habla es de la agroecología, tanto como cuando se cuestionan aspectos de sustentabilidad como de gastronomía sustentable, así como en la forma en la que los participantes viven una gastronomía sustentable en su día a día, lo cual nos hace revalorar la Agroecología como uno de los elementos a la cual se le realiza el mayor hincapié dentro de la formación en la comunidad del Mercado de la Tierra: Verde Alternativo Toluca.

Respecto a la categoría de análisis de consumidores, existen dos diversos supuestos, los consientes que son desligados de los responsables, ya que según los cuestionados es necesario generar un grupo de clientes conscientes, los cuales saben lo que están consumiendo y por qué lo están haciendo, al estar enterado de la procedencia de sus alimentos, así como la visión y misión de los proyectos presentes gracias a la divulgación de estos mediante talleres ofrecidos por los productores. Una vez generados dichos clientes se abrirá paso a los responsables, quienes ya cuentan con un alto grado de conciencia y, por lo tanto, estarían comprometidos con no generar residuos y ser frecuentes en sus compras en el mercado.

Por otra parte, derivado de la observación continua al mercado se percibe un punto de acceso importante hacia los ejes de sostenibilidad, agroecología y gastronomía sustentable, por lo que al cuestionamiento de ¿cómo ha abonado el Mercado de la Tierra Verde Alternativo Toluca a la gastronomía sustentable del Valle de Toluca? Se observa que con sus actividades continuas, el mercado busca educar a todos los miembros de su comunidad respecto a los temas ya antes mencionados, realizando recorridos de reconocimiento de flora y fauna local, recolección de semillas autóctonas y fomentar la creación de huertos urbanos, los cuales favorecen a la comunidad, ya que la actual dieta urbana se basa en comida ultra procesada, lo cual deriva en usos excesivos de agroquímicos y se ve reflejado negativamente en el abandono del campo y el desplazamiento de los agricultores a zonas más urbanizadas. Alentando a las comunidades a adentrarse a la autosuficiencia paso a paso, iniciando con las pequeñas cosechas que se pueden obtener en los huacales o espacios en zonas urbanas diseñadas para esto.

## **Discusión**

Al analizar el estado del arte y en la búsqueda de información referida a constructos como mercados y tierra se observa que ya existen mercados de la tierra; sin embargo estos se enfocan al estudio de la población y economía (Soto, 2005) ; mientras que al relacionar estos con Slow Food, se presenta una mayor preocupación por que los mercados estén involucrados, tanto los productores como los consumidores, en obtener un comercio justo y productos de calidad, además de que los involucrados tengan un acercamiento a la terminología de Slow Food y que todo el proceso sea amable con los recursos naturales y culturales, pero sobre todo que a la tierra se le dé el tiempo necesario para reponerse entre cada siembra. Aunque no solo es Slow Food quien hace referencia a este tipo de mercados y gastronomía sustentable, el concepto que

la FAO señala engloba a la seguridad alimentaria en un contexto climático, es tanto así que a partir de los resultados se visualiza que la realidad es otra, un mercado verde debe estar enfocado más allá de cadenas de suministros cortas, tiene tres elementos sustanciales que son insumos, colaboradores y consumidores. Estos últimos necesarios para que el precio justo se dé, la economía circular funcione y por lo tanto el mercado verde de la tierra subsista.

A la par, se señala que un mercado de la tierra debe crear vínculos entre productores y público; sin embargo, desde el análisis de resultados y con base en las categorías de análisis un mercado de la tierra debe generar redes de colaboración entre productores y proveedores. Según Valencia (2020), los proveedores distribuyen insumos locales con el fin de reducir distancias e impactos ambientales, para Slow Food los productos de cadena de suministros corta permiten crear oportunidades de mercado a productores de pequeña escala y promover el dialogo entre productores, entonces, en un mercado verde debe existir imprescindiblemente la relación entre proveedores, productores e insumos o productos locales que permitan el reconocimiento entre los involucrados y con ello se puedan formar redes de colaboración.

Por último, Coulton en el 2021 señala que uno de los objetivos de un Mercado Verde de la Tierra es “crear vínculos directos entre los productores y el público general, eliminando intermediarios e incrementando la accesibilidad de una comida buena, limpia y justa”; sin embargo, los intermediarios pueden ser proveedores que estén dentro de un kilómetro cero, personas que a la vez acepten residuos para generar compostas y quienes indudablemente pueden ser clientes responsables en el momento de interactuar en este tipo de espacios, de hecho juegan un papel fundamental, pues ellos también permiten la creación de redes de colaboración en búsqueda y apertura de nuevos espacios para ventas.

## Tablas y Figuras

### Tablas

**Tabla 1.** Categorías de análisis para los Mercados de la Tierra

*Table 1: Table with concepts and authors of the categories of analysis*

<b>Categoría de análisis</b>	<b>de</b>	<b>Orientación</b>	<b>Características</b>	<b>Autores</b>



<b>Insumos</b>	Temporales	Insumos que respetan los tiempos de la tierra, temporal de lluvia, conservación de humedad o sequía de la tierra.	Borja et al., (2018); Ortega (2018); Cotler, Corona y Galeana (2020); Rosset (1997);
	Locales	Este tipo de insumos permite descansar a la tierra, reducir costos y aumentar los beneficios ecológicos, sanitarios, sociales y económicos	Gómez- Betancur, Márquez & Restrepo (2018); Cruz et al., (2018); Juárez (2019)
	Endémicos	Se utilizan semillas propias del lugar o especies de fauna que van de generación en generación para satisfacer las necesidades de la gente de la comunidad	Santamaría (2018); Zurita (2021); Hotúa-López (2021)
	Agroecología	Enfoque con los principios básicos ecológicos para hacer uso de insumos alternativos, con dependencia mínima a insumos externos	Rosset (1997); Sociedad Científica de Agroecología (2015); Gómez- Betancur, Márquez & Restrepo (2018); Cruz et al., (2018);
<b>Colaboradores</b>	Productores	Grupo de personas que trabajan la flora y fauna con insumos locales y endémicos, además	Loayza-Aguilar (2020); Figuereido & Paula (2021);

		permiten reducir los impactos negativos de la dieta neoliberal dominante y permiten la resiliencia a través de los saberes locales.	
	Proveedores locales	Personas que, en ocasiones, no generan insumos para venta, pero distribuyen insumos locales con el fin de reducir distancias e impactos ambientales	Valencia (2020)
	Redes de colaboración	Estrategia de adaptación y comercialización para la economía local, en donde se involucran pequeños productores	Montes de Oca (2020); Mata- Arratia (2022)
<b>Consumidores</b>	Consientes	Consumidor con actitudes, valores y creencias, conscientes del impacto que tienen sus acciones en los recursos naturales y culturales	Salgado- Beltrán (2020); Palacios & Vivas (2018)
	Responsables	Ciudadano bien informado y comprometido con el no producir residuos, en él incide la intención y decisión	Ordoñez et al. (2020); Gómez- Benito & Lozano-Cabedo (2022).

Fuente: Elaboración propia

*Source: Own elaboration based on results*

## **Figuras**

**Figura 1.** Nube de palabras del Mercado Verde Alternativo Toluca  
*Figure 1. Word cloud made from Mercado Verde Alternativo Toluca*



Fuente: Elaboración propia con base en resultados

*Source: Own elaboration based on results*

**Figura 2.** Tabla de repetición de códigos del Mercado Verde del Valle de Toluca  
*Figure 2. Table of the repetition of codes*

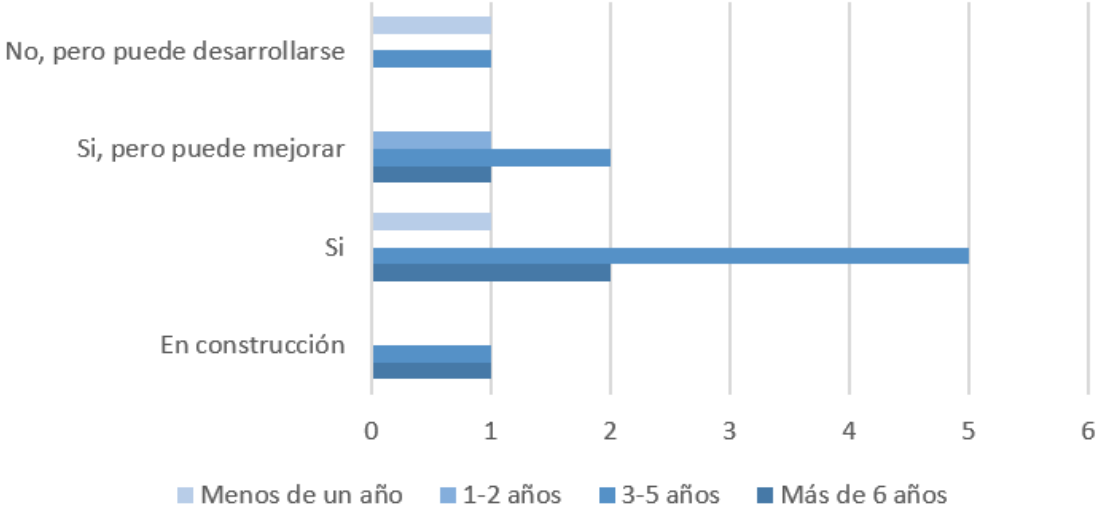
Codes	Impactos del mercado	Generar conciencia	Gastronomía sustentable en el Valle de Toluca	Apoyando proyectos	Generando espacios	Gastronomía sustentable	Agroecología	Insumos de temporada	Insumos locales	Pequeños productores	Satisfacer necesidades	Sustentabilidad	Equilibrio	Totales
Impactos del mercado														
Generar conciencia					3									3
Gastronomía sustentable en el Valle de Toluca														
Apoyando proyectos					3		1	2	4	5				15
Generando espacios		3		3			1			2				9
Gastronomía sustentable														
Agroecología			0	1	1				3	2				7
Insumos de temporada				2					7	2				11
Insumos locales				4			3	7		5				19
Pequeños productores				5	2		2	2	5					16
Satisfacer necesidades													4	4
Sustentabilidad														
Equilibrio											4			4
Totals		3		15	9		7	11	19	16	4		4	

Fuente: Elaboración propia con base en resultados

Source: Own elaboration based on results

**Figura 3.** Resultados de la comparación de tiempo en la comunidad del mercado verde alternativo Toluca y ¿Existe la gastronomía sustentable en el Valle de Toluca?

**Figure 3.** Results of the comparison of time in the community of the alternative green market Toluca and Is there sustainable gastronomy in the Valley of Toluca?

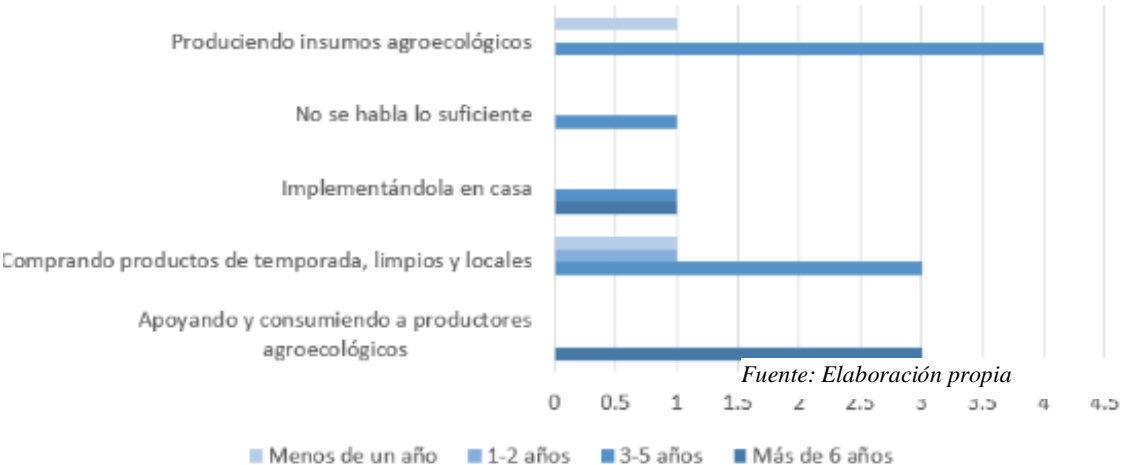


Fuente: Elaboración propia con base en resultados

Source: Own elaboration based on results

**Figura 4.** Resultados de la comparación de tiempo en la comunidad del mercado verde alternativo Toluca y ¿Cómo vive la gastronomía sustentable en el Valle de Toluca?

**Figure 4.** Results of the comparison of time in the Toluca alternative green market community and how does sustainable gastronomy live in the Toluca Valley?

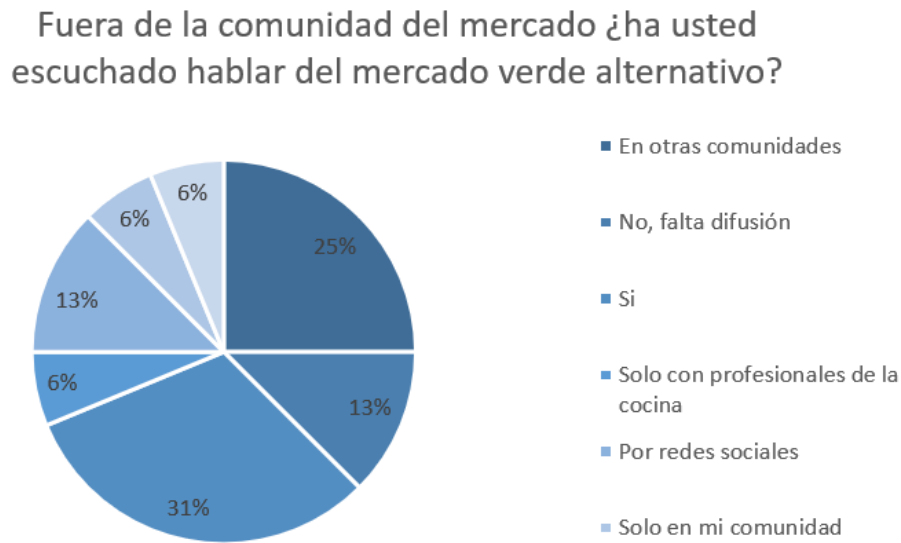


Fuente: Elaboración propia con base en resultados

Source: Own elaboration based on results

**Figura 5.** Resultados de Fuera de la comunidad del mercado ¿ha usted escuchado hablar del mercado verde alternativo?

**Figure 5.** Results of Outside the market community Have you heard of the alternative green market?

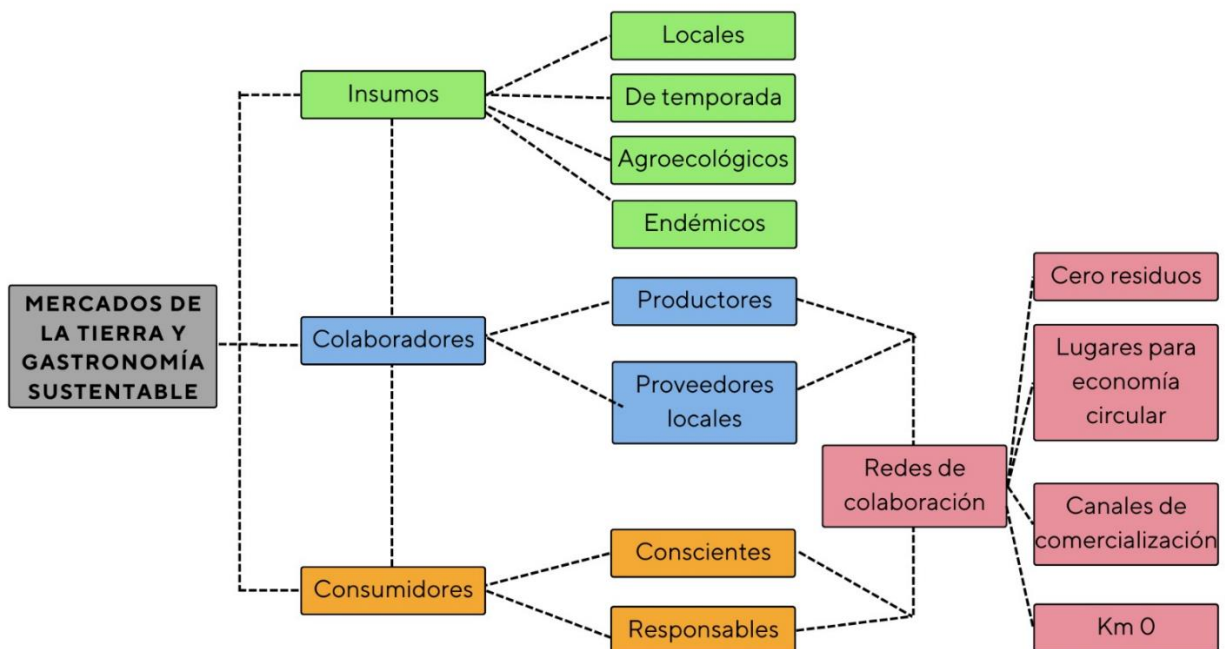


Fuente: Elaboración propia con base en resultados

Source: Own elaboration based on results

**Figura 6** Elementos para conformación de un mercado de la tierra y una gastronomía sustentable

Figure 6. Elements that make an Earth Market and a sustainable gastronomy



Fuente: Elaboración propia con base en resultados

Source: Own elaboration based on results

## Conclusiones

Si bien, al comenzar a aplicar los instrumentos, algunos de los participantes mostraron dificultad al intentar responder las preguntas, se pudo observar una camaradería dentro de los productores. Lo que permitió identificar falta de conocimientos específicos, lo cual es una de las limitaciones más grandes del Mercado Verde de la Tierra, que muy probablemente en otros países, no se ha visualizado.

Se podría argumentar que la gastronomía sustentable y las prácticas sustentables que esta promueve, están siendo reservadas a un sector muy específico, la razón principal es que hay poco interés acerca de la documentación de los proyectos que ya se están llevando a cabo, se busca hacer mucho, pero sin realizar trabajos escritos que puedan servir como antecedentes para futuras propuestas o investigaciones sobre la gastronomía sustentable.

Derivado de esto, se considera importante dejar precedente de las acciones que ya se están llevando a cabo en diferentes comunidades con el fin principal de alentar a la creación de más propuestas con el enfoque sustentable necesario para establecer una gastronomía sustentable palpable en el Valle de Toluca. Por lo que se considera necesario realizar investigaciones que permitan tener metodologías apropiadas para la gastronomía sustentable y marcos teóricos que tener un conocimiento relacionado con lo que es dicha gastronomía, pero sobre todo se abre una línea del conocimiento referente a los mercados de la tierra y sus elementos para que dichos mercados tengan una cadena de valor fortalecida.

Dicho esto, se permite proponer la imagen anterior (Figura 6) donde se puede visualizar que es necesario dentro de la gastronomía sustentable encontrar lugares donde los canales de comercialización sean cortos y permitan una economía circular, hablando desde la esfera económica. Desde la esfera ambiental, es necesario que los insumos sean locales, endémicos, de temporada y agroecológicos, ya que pueden existir familias que trabajen agricultura de traspatio o que busquen semillas alternativas, pero siempre y cuando sean respetuosos con la tierra y sus tiempos. Desde la esfera social, los consumidores consientes y respetuosos pueden formar parte de redes de colaboración junto con los colaboradores del mercado de la tierra, quienes a su vez pueden ser productores o proveedores locales, el fin es que sus conocimientos

respecto a los insumos lleven a una generación de cero residuos, consumo y distribución de kilómetro 0, lugares para poder promover dichos mercados, entre otros aspectos.

Por otra parte, a partir de la información obtenida de los instrumentos aplicados, se visualiza la necesidad de realizar una complementación con los consumidores, con el fin de conocer si realmente deciden comprar en un mercado de la tierra teniendo un alto grado de consciencia de lo que este proyecto conlleva, ya que en otro tipo de mercados o supermercados los precios son, en ocasiones, más bajos; además de conocer el nivel de respeto, respecto al compromiso que tienen los consumidores con los procesos y productores agroecológicos, y así mismo indagar un poco más en la importancia de la agroecología en la dieta contemporánea y como esta puede combatir la escases moderna de alimentos limpios.



## Referencias

- Ayuntamiento de Toluca. (2020, abril). *Con aplicación de medidas preventivas, mercados y tianguis de Toluca continúan con su actividad.* (N.º 0240/2020). <https://www2.toluca.gob.mx/wp-content/uploads/2020/04/tol-doc-comsoc-240.doc>
- Borja-Bravo, M., Osuna-Ceja, E. S., Arellano-Arciniega, S., García-Hernández, R. V., & Martínez-Gamiño, M. Á. (2018). Competitividad y eficiencia en la producción de frijol en condiciones de temporal con tecnología tradicional y recomendada. *Revista fitotecnia mexicana*, 41(4), 443-450.
- Gómez Betancur, L. M., Márquez Girón, S. M., & Restrepo Betancur, L. F. (2018). La milpa como alternativa de conversión agroecológica de sistemas agrícolas convencionales de frijol (*Phaseolus vulgaris*), en el municipio El Carmen de Viboral, Colombia. *Idesia (Arica)*, 36(1), 123-131.
- Gómez-Benito, C., & Lozano-Cabedo, C. (2022). De consumidores a ciudadanos. *Distribución y consumo*, 4.
- Colacino, D. (2021, 27 de agosto). *Un nuevo Mercado de la Tierra de Slow Food en México: ¡está en Toluca!* Slow Food International. <https://www.slowfood.com/es/mercado-de-la-tierra-de-slow-food-en-mexico-un-nuevo-mercado-en-toluca/?fbclid=IwAR1nWSKXI44mTnnh983bBHSTvF907WxzISVELWmSRI7ev6zhKeWJgLj0vAs>
- Cotler, H., Corona, J. A., & Galeana-Pizaña, J. M. (2020). Erosión de suelos y carencia alimentaria en México: una primera aproximación. *Investigaciones geográficas*, (101).
- Coulton, J. (2021, 10 de mayo). *Mercados de la Tierra: reflexiones sobre los y la sostenibilidad.* Slow Food International. <https://www.slowfood.com/es/mercados-de-la-tierra-y-sostenibilidad/>
- Cruz, R. R. A., Plasencia, C. M. D., Chavez, J. J. R., Montalbán, M. G., & Córdova, Z. K. V. (2018). Gastronomía de autor con uso de Tagetes elíptica “maría sacha” y Juglans neotropical “nogal” como especias locales para diversificar la oferta turística de la ciudad de Chachapoyas, 2016. *Revista Científica UNTRM: Ciencias Sociales y Humanidades*, 1(1), 14-19.
- DECEL (2023). *Diccionario Etimológico Castellano en Línea.* Etimologías de Chile. Consultado el 9 de febrero de 2023. <http://etimologias.dechile.net/>

- FAO. (2010, noviembre). *BIODIVERSIDAD Y DIETAS SOSTENIBLES UNIDOS CONTRA EL HAMBRE*. <http://www.fao.org/ag/humannutrition/25917-0e85170814dd369bbb502e1128028978d.pdf>
- FAO. (2021). *Asociaciones*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <http://www.fao.org/sustainability/international-partnerships/es/>
- Figueiredo, N., & Paula, N. M. D. (2021). Desafíos en las políticas públicas de seguridad alimentaria en México: un estudio del programa desayunos escolares. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 31(57).
- Gatzelumendi, I., y Rodríguez, L. (2022). El papel de la gastronomía en las transformaciones sostenibles. En *La contribución de la gastronomía a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Disponible en: <https://issuu.com/segibpdf/docs/informe-gastronomia-y-ods-esp>
- Gutiérrez de Alva, C. (2012). *Historia de la gastronomía*. España: Aliat Universidades
- Hotúa-López, L. C., Cerón-Muñoz, M. F., de Lourdes Zaragoza-Martínez, M., & Angulo-Arizala, J. (2021). Avicultura de traspatio: aportes y oportunidades para la familia campesina. *Agronomy Mesoamerican*, 1019-1033.
- INEGI. (2020, 4 de marzo). *México en cifras*. Recuperado 11 de mayo de 2023, de <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=15106#collapse-Resumen>
- Johnson, B. (2013). *Zero Waste Home: The Ultimate Guide to Simplifying Your Life by Reducing Your Waste*. (45550th ed.). Scribner.
- Juárez, N. H. (2019). Reconfiguración agroecológica en Jalisco: Estrategias para reactivar la soberanía alimentaria y las economías locales / Agroecological reconfiguration in Jalisco: Strategies to reactivate food sovereignty and local economies. *Brazilian Journal of Development*, 5(6), 6107–6121. <https://doi.org/10.34117/bjdv5n6-121>
- Larson, S. (2022, 13 de junio). *What is Zero-Waste Cooking?* Escoffier. <https://www.escoffier.edu/blog/sustainability/what-is-zero-waste-cooking/>
- Laudan, R. (2020). *Gastronomía e imperio: La cocina en la historia del mundo*. España: Fondo de Cultura Económica.
- Luján, N. (2019). *Historia de la Gastronomía*. España: Penguin
- Mata- Arratía, E., Palmas, D., Jiménez- Ruíz, A. & Serrano- Barquín, R. (2022). Cooperativismo como una herramienta para el turismo de base comunitaria. La respuesta desde la literatura. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(1).

Milano, S., Sandrone, E., & Slow Food. (2020). *Mercados de la Tierra*. Slow Food. [https://www.fondazioneslowfood.com/wp-content/uploads/2021/11/SPA\\_libretto\\_mercati\\_no\\_link.pdf](https://www.fondazioneslowfood.com/wp-content/uploads/2021/11/SPA_libretto_mercati_no_link.pdf)

Montes de Oca Rojas, Y. M. (2020). Perspectivas del emprendimiento social y redes socio productivas de pequeños productores en Venezuela. *Revista de ciencias sociales*, 26(1), 300-312.

Morra, L. E., & Friedlander, A. C. (2001). *La evaluación mediante estudios de caso*. Washington DC: Banco Mundial.

Naciones Unidas. (s.f.). *Sostenibilidad*. Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/page/sostenibilidad>

Ortega, L. O. P. (2018). El Sistema Alimentario Mexicano: su acción en el campo y en la alimentación, 1980-1982. *Revista de Historia y Geografía*, (39), 21-48.

Palacios, L. V., & Vivas, M. F. (2018). Influencia del etiquetado nutricional de los alimentos en la decisión de compra del consumidor en Bogotá.

Real Academia Española. (s. f.). *Mercado*. Diccionario de la lengua española, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.6 en línea]. <<https://dle.rae.es>> Fecha de acceso: 15 mayo 2023.

Roker, S. (2022, 20 de diciembre). *Meet chef Doug McMaster, creator of the world's 1st zero-waste restaurant*. The Forward Lab. <https://www.theforwardlab.com/chef-mcmaster-the-mind-behind-the-worlds-first-zero-waste-restaurant/>

Rosset, P. (1998). *La crisis de la agricultura convencional, la sustitución de insumos y el enfoque agroecológico*. Food First. Institute for Food and Development Policy.

Salgado Beltrán, L. (2019). Segmentación de los consumidores de alimentos orgánicos según sus actitudes, valores y creencias ambientales. *Contaduría y administración*, 64(2), 0-0.

Santamaría, D. P. (2018). La producción de combustibles ecológicos, un peligro para la seguridad alimentaria en Colombia. *Vía Inveniendi et Iudicandi*, 13(2), 183-220.

Silva Zamora, Alicia del Pilar et al. Gastronomía sustentable en restaurantes y eventos turísticos de México en el contexto internacional. *El Periplo Sustentable*, [S.l.], n. 43, p. 120 - 153, ago. 2022. ISSN 1870-9036. Disponible en: <<https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/15272>>. Fecha de acceso: 11 mayo 2023 DOI: <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i43.15272>.

Slow Food. (s. f.). *Earth markets*. Slow Food Foundation. Consultado el 28 de septiembre de 2021. <https://www.fondazioneslowfood.com/en/slow-food-markets/>

Slow Food. (2020) *Earth Markets*. Consultado el 12 de febrero de 2023. [https://www.fondazioneslowfood.com/wp-content/uploads/2021/03/Earth\\_Markets\\_Vademecum.pdf](https://www.fondazioneslowfood.com/wp-content/uploads/2021/03/Earth_Markets_Vademecum.pdf)

Slow Food Earth Markets. (s.f.). *Earth Markets - What We Do*. <https://www.fondazioneslowfood.com/en/what-we-do/earth-markets/>

Slow Food Foundation. (2022, 1 de marzo) *The project - Earth Markets - Slow Food Foundation*. <https://www.fondazioneslowfood.com/en/what-we-do/earth-markets/what-is-an-earth-market/>

Slow Food International. (2018, 17 de mayo). *Quiénes somos*. <https://www.slowfood.com/es/quienes-somos/>

Slow Food International. (2018, 26 de julio). *Terminología de Slow Food - Quiénes somos*. <https://www.slowfood.com/es/quienes-somos/terminologia-de-slow-food/>

Slow Food México. (s. f.). *Alianza de Cociner@s*. Consultado el 28 de septiembre de 2021. <https://www.slowfood.mx/alianza-de-cocineros/>

Slow Food México. (s. f.). *Arca del gusto*. Consultado el 28 de septiembre de 2021. <https://www.slowfood.mx/arca-del-gusto/>

Slow Food México. (s. f.). *Salone del Gusto*. Consultado el 28 de septiembre de 2021. <https://www.slowfood.mx/salone-del-gusto/>

Soto, R. (2005). *El precio de mercado de la tierra desde la perspectiva económica*. CEPAL.

Third World Network y Sociedad Científica de Agroecología. (2015) *Agroecology: Key Concepts, Principles and Practices*. Jutaprint. <https://agroeco.org/wp-content/uploads/2015/11/Agroecology-training-manual-TWN-SOCLA.pdf>

UrbanOre (s. f.). *Zero Waste Resources. 30 years of successful policy planning, facility design and commercial operations*. <https://urbanore.com/zero-waste-resources/>

Valencia, F. J. M. (2020). Patrimonio cultural gastronómico: consideraciones teóricas. *Diversidad*, (18), 26-39.

Zurita, A. (2021). Implementación del comedor de campaña móvil para alimentación del personal damnificado en caso de emergencias y desastres naturales (Doctoral dissertation, Escuela Militar de Chorrillos Coronel Francisco Bolognesi).