

Soberanía alimentaria y políticas públicas locales: el mercado tradicional de Miahuatlán de Porfirio Díaz, Oaxaca

Food sovereignty and local public policies: the traditional market of Miahuatlan de Porfirio Díaz, Oaxaca

Nixtiaaw ni chaan ni xmod cheñ kiets ni xpensar meñ ni xniabey kiets: tse kiy Kistoo, Eula

Florinda Osorio Alvarado¹, Joaquín Huitziluhuitl Camacho Vera^{1*}, Guadalupe Gabriel Durán Férman¹, Arturo César López García¹

¹ División de Estudios de Postgrado, Universidad de la Sierra Sur. C. P. 70805.
Tel. 9515724100. camachovera@yahoo.com.mx

*Autor de correspondencia

Resumen

Los mercados tradicionales tienen un papel importante para generar soberanía alimentaria, pero la mayoría de ellos no son considerados en las políticas públicas debido a que dichas políticas tienden a beneficiar a los supermercados y mercados públicos; y en los casos en los que sí son considerados, más que favorecerlos, los controlan. El objetivo fue analizar la influencia de las políticas públicas implementadas por el gobierno municipal sobre el mercado tradicional de Miahuatlán de Porfirio Díaz respecto a su capacidad para contribuir a la soberanía alimentaria. Se utilizó un enfoque cualitativo con un sustento teórico basado en el concepto de soberanía alimentaria, mercado tradicional y políticas públicas municipales. Se aplicaron entrevistas semiestructuradas a los productores de hortalizas, autoridades municipales y líderes de productores; asimismo, se utilizó la observación no participante y participante. Los resultados demuestran que las políticas públicas sobre el mercado tradicional son políticas que tratan de controlar esta actividad.

Palabras clave: Soberanía alimentaria; políticas públicas locales; mercado tradicional; Miahuatlán de Porfirio Díaz.

Abstract

Traditional markets play an important role in generating food sovereignty, but most of them are not considered in public policies because such policies tend to benefit supermarkets and public markets; and in cases where they are considered, rather than favored, they are controlled. The objective was to analyze the influence of public policies implemented by the municipal government on the traditional market of Miahuatlán de Porfirio Díaz regarding its capacity to contribute to food sovereignty. A qualitative approach was used with a theoretical underpinning based on the concept of food sovereignty, traditional market, and municipal public policies. Semi-structured interviews were applied to vegetable producers, municipal authorities, and producer leaders; as well, non-participant and participant observation were also used. The results show that public policies on the traditional market are policies that try to control this activity.

Keywords: Food sovereignty; local public policies; traditional market; Miahuatlán de Porfirio Díaz.

Recibido: 09 de junio de 2022

Aceptado: 21 de septiembre de 2022

Publicado: 16 de noviembre de 2022

Cómo citar: Osorio Alvarado, F., Camacho Vera, J. H., Durán Férman, G. G., & López García, A. C. (2022). Soberanía alimentaria y políticas públicas locales: el mercado tradicional de Miahuatlán de Porfirio Díaz, Oaxaca. *Acta Universitaria* 32, e3604. doi: <http://doi.org/10.15174/au.2022.3604>

Tu ble wiñ tiits (En lengua tiits se de Santa Catarina Quijoquitani)

Endalie tse kiy tir xkiño par ni meñ ni xto ni meñ xsii nixtiaaw ni chaan ni xmod kche kiets, per ni endalie tse kiy ni xkiindie xpensar meñ rob ni xniabey, nana ni pensar meñ rob ni xniabey par tiend rob ni mezon ni tse ni le meñ rob ni xniabey xkiñ tse kiy par ni kiaktseyo. Tsiñ re bial par ni kset niew nirsá meñ ni xniabey kiets par ni tse kiy cheñ Kistoo par ni kiño lo meñ kuñ tsiñ ni meñ ni kaw. Tsiñ re kwya tsego na tsiñe la tu meñ kwne lo stu meñ par ni kiumbeyrne kos ni enli cheñ stu meñ ni en ri le enfoque cualitativo. Ni ne chop mismé meñ kutsiñ ni kaw, tse kiy, ni xpensar meñ ni xniabey kiets. Kia tu kits ni knap tits par meñ ni chaan kix yee, meñ ni xniabey, ni meñ ni xniabey lo meñ ni chaan kixyee, ni ptono tse kiy ni meñ ni chatkatsi kiombey wi me beñ yudar pto me lo stu meñ par ni kiumbey wen me ni chak lo tse kiy. Ni en ri le observación participante. Ni bialo ni xluyo xpensar meñ ni xniabey kiets tse nak tse kiy ndalie xpensar meñ ni xniabey kiets ni kiaktsey tse kiy.

Tiits ni tir xkiñ: Ni nixtiaaw ni chaan ni xmod cheñ kiets; xpensar meñ ni xniabey kiets; tse kiy; Kistoo.

Introducción

La soberanía alimentaria es un concepto que fue propuesto por la organización internacional Vía Campesina en 1996 durante el Foro Mundial de la Alimentación (Da Silva & Martin, 2016). En él se explica que la producción agrícola local debe ser prioritaria para alimentar a las poblaciones. Para la soberanía alimentaria, cobra importancia el origen de los alimentos y la forma en que se producen (Heinisch, 2013; Mariscal *et al.*, 2017), no solo la disponibilidad de ellos. Dentro de este concepto también se reconoce el derecho que tienen los campesinos, pescadores, pastores y trabajadores rurales a vender sus productos en el ámbito local en mercados locales o tradicionales, con un mínimo de intermediarios (Ortega-Cerda & Rivera-Ferre, 2010).

Es en este último aspecto que los mercados tradicionales toman un papel relevante para generar soberanía alimentaria, dado que en ellos los productores de baja escala (campesinos e indígenas) pueden realizar la venta de los productos producidos bajo sus propios contextos culturales. La venta se realiza de manera directa o con un mínimo de intermediarios, lo que permite que los productores tengan un mejor margen de ganancias y que los consumidores finales tengan un mejor precio. Sin embargo, en general, este tipo de mercados no es considerado relevante en las políticas públicas en ámbitos locales. Las políticas locales de fomento a la comercialización, cuando existen, favorecen, por lo regular, a los supermercados y tiendas comerciales. Y en los casos en los que los mercados tradicionales son considerados importantes, estos son más que favorecidos, controlados.

En el presente estudio se analiza el caso del mercado tradicional de Miahuatlán de Porfirio Díaz, Oaxaca, a partir de las dimensiones de la soberanía alimentaria, a fin de dimensionar los efectos de las políticas locales sobre su capacidad para contribuir a la soberanía alimentaria.

Soberanía alimentaria

El concepto de soberanía alimentaria surge en contraposición al concepto de seguridad alimentaria. Fue "lanzado por Vía Campesina en 1996 en Roma, Italia, durante el Foro Mundial de la Alimentación" (Da Silva & Martin, 2016). En este foro, La Vía Campesina estableció que para abatir la inseguridad alimentaria era importante considerar "qué alimentos se producen, cómo y en qué escala" (Mariscal *et al.*, 2017).

Posteriormente, en el Foro para la Soberanía Alimentaria celebrada en el 2007 en Nyéléni, Mali, se avanzó en la discusión del concepto (Bringel, 2015). En dicho evento se definió a la soberanía alimentaria como:

El derecho de los pueblos a definir sus propias políticas alimentarias y agrícolas, proteger y regular la producción agropecuaria nacional y el comercio para alcanzar metas de desarrollo sustentable; determinar hasta qué punto desean ser autosuficientes; restringir el dumping de productos en sus mercados y; darle la prioridad de uso y los derechos sobre los recursos acuáticos a las comunidades que dependen de la pesca. La soberanía alimentaria no niega el comercio, sino que promueve la formulación de políticas y prácticas de comercio al servicio del derecho de los pueblos y la gente a una producción inocua, saludable y ecológicamente sustentable.

Algunos autores plantean que la soberanía alimentaria contiene cuatro o cinco ejes, pero para este trabajo se considera la perspectiva que establecen Ortega-Cerda & Rivera-Ferre (2010). De acuerdo con dichos autores, estos ejes son: el acceso a los recursos, modelos de producción, transformación y comercialización, consumo alimentario y derecho a la alimentación, además de políticas agrarias, ya que se considera que son más amplios y abarcan ejes que proponen otros autores.

El primer eje, denominado acceso a los recursos, alude a que la soberanía alimentaria afirma que los productores deben tener acceso y control de los recursos que usan para su producción, tales como el agua, la tierra, las semillas y los conocimientos (individuales y comunitarios), entre otros. Con este control se busca la sostenibilidad de la producción y el respeto a los derechos de uso de las propias comunidades indígenas. Igualmente, hace énfasis en la necesidad de equidad con respecto a género en cuanto al acceso y control de estos recursos por parte de las mujeres. En cuanto a los modelos de producción, la soberanía alimentaria asume que la forma apropiada de producir es a través de la producción local familiar, recuperando y difundiendo modelos tradicionales sostenibles de producción agropecuaria. En cuanto a la transformación y comercialización, la soberanía alimentaria apoya el derecho de los campesinos, pescadores, pastores y trabajadores rurales a vender sus productos en el ámbito local, lo cual implica la creación y apoyo de mercados locales, con un mínimo de intermediarios o venta directa, de acuerdo al contexto. Es decir, los mercados locales se perciben como el mecanismo principal para vincular producción y consumo. En el cuarto eje, consumo alimentario y derecho a la alimentación, la soberanía alimentaria ampara el derecho que los individuos tienen al consumo de alimentos nutritivos, sanos, culturalmente apropiados que provienen de productores locales. Finalmente, en el eje denominado políticas agrarias, la soberanía alimentaria refiere que el campesino tiene derecho a conocer y participar en las políticas públicas locales vinculadas a la soberanía alimentaria.

Dados los planteamientos anteriores, se puede afirmar que la soberanía alimentaria es un concepto más amplio que el de seguridad alimentaria, dado que hace énfasis en la forma en que se producen los alimentos, dónde se producen y quiénes los producen, y no únicamente en la suficiencia de su abasto. Promueve la venta directa de los productos, o con un mínimo de intermediarios, y reconoce la participación de las mujeres como productoras de alimentos.

Mercado tradicional

En México, desde la época prehispánica, los pueblos originarios del valle de México emplearon la palabra tianquiztli (tianguis), en lengua náhuatl, para referirse al lugar donde vendedores de pueblos cercanos se reunían por periodos en una plaza para ofrecer sus productos (Córdova, 2014).

El tianguis es también conocido como mercado tradicional. Al respecto, Gómez & Arellanes (2018) hacen alusión a un mercado tradicional en Oaxaca y comentan que el mercado tradicional es el espacio al cual confluyen comerciantes de diferentes lugares, donde la mayoría de sus participantes son mujeres; las transacciones se dan mediante el trueque o feriado, y se realiza una o dos veces por semana.

Arellanes & Casas (2011) consideran que el mercado tradicional posee las siguientes características:

a) su origen prehispánico, b) la realización de transacciones que implican un intercambio de productos a través de un aporte monetario y/o canje de productos denominados trueque o feriado, c) son semanarios, es decir se realizan una o dos veces por semana, d) la presencia de numerosos vendedores de distintos orígenes, muchos de ellos mujeres, que traen recursos vegetales producidos o recolectados a baja escala provenientes de sus huertos familiares, de la parcela, o de bosques circundantes, y e) su entrelazamiento con un mercado globalizado en donde se puede encontrar todo tipo de mercancía.

Córdova (2014) añade que en este tipo de mercados los vendedores ofrecen sus productos en una plaza o calle. Generalmente es regulado por la autoridad local, y sus jornadas inician en la mañana y finalizan en la tarde.

El mercado tradicional es una vía por la que se comercializan diversos productos y alimentos culturalmente apropiados (Flores, 2005). En ellos "el vendedor conoce y trata personalmente a los clientes, generándose un ambiente de confianza, llamándole en la región y en el estado a un cliente frecuente (marchante)" (Santos & Mendoza, 2009). Es decir, funciona a través de los circuitos cortos de comercialización en los que, de acuerdo con López-García (2012), puede existir uno o ningún intermediario entre el productor y consumidor.

Así pues, es claro que la comercialización de productos agrícolas frescos en mercados tradicionales es una actividad importante para la búsqueda de la soberanía alimentaria. Dado que en este tipo de mercado participan vendedores que provienen de comunidades rurales aledañas, y que la comercialización es a través de circuitos cortos, el consumidor tiene la oportunidad de conocer al productor y crear vínculos con sus oferentes. Además, en estos mercados se comercializan alimentos culturalmente apropiados que son producidos de acuerdo a la diversidad cultural de cada región. En síntesis, el acceso a estos mercados tradicionales es un factor importante para que en los territorios se cuente con el acceso a fuentes de alimentos que contribuyan a la soberanía alimentaria.

Políticas públicas municipales sobre el mercado tradicional

Las políticas públicas son entendidas como el "conjunto de objetivos, decisiones y acciones que lleva a cabo un gobierno para solucionar los problemas que, en un momento determinado, tanto los ciudadanos como el propio gobierno consideran prioritarios" (Tamayo, 1997). Tienen un ciclo de vida. Algunos autores señalan que este ciclo se compone de tres, cuatro o cinco fases, las cuales se refieren, a grandes rasgos, a la identificación de un problema público, el planteamiento de una solución, la implementación de una política y la evaluación de la misma.

Se podría decir que dichas fases se pueden identificar de forma clara en las políticas que realizan los gobiernos en el ámbito federal y estatal, pero no sucede lo mismo con las políticas públicas que realiza el gobierno municipal. Lo anterior se debe a que "en la práctica, las etapas pueden sobreponerse unas a las otras, condensarse alrededor de una de ellas, anticiparse o atrasarse, repetirse" (Arias & Herrera, 2012). Además, los gobiernos municipales tienden a responder a demandas hechas por la ciudadanía, las cuales requieren intervención y son visibles, pero regularmente estos gobiernos seleccionan los problemas sobre los que pueden intervenir en el corto plazo (Cabrero, 2007). Dado que cumplen el ciclo, aunque no de la misma manera, pueden perfectamente considerarse políticas públicas.

Dada la relevancia que tienen los mercados tradicionales, y el papel que estos tienen en la soberanía alimentaria, es importante que existan políticas públicas municipales que promuevan este tipo de mercados. Y dado que es en el municipio en donde se desarrollan estos espacios y sus problemas, es comprensible que sean los gobiernos de los municipios quienes diseñen y operen acciones de política al respecto.

A partir de la década de 1990, la política alimentaria nacional se centró en el libre comercio como mecanismo para garantizar la disponibilidad de alimentos (Ortiz *et al.*, 2005). Se crearon así programas como el Programa de Alimentación y Nutrición Familiar (PANF), Programa de Educación, Salud y Alimentación (Progresa), la Cruzada Nacional contra el Hambre, entre otros, enfocadas a garantizar el acceso de la población a alimentos (Sandoval & López, 2014; Scott, 1999). Sin embargo, el abasto de estos programas estuvo basado en importaciones de alimentos de bajo costo.

De lo anterior se observa que la mayoría de las políticas alimentarias implementadas por los gobiernos han estado enfocadas a conseguir la seguridad alimentaria, esto debido a que la forma de producir alimentos está insertada en un paradigma neoliberal que privilegia la exportación de productos rentables en los mercados internacionales y que, para el abasto de granos y productos básicos, se basa en la importación de los alimentos. Estas políticas se han diseñado y aplicado sin considerar los sistemas alimentarios de los distintos territorios.

Ahora bien, en cuanto a las políticas públicas que se han implementado respecto al mercado tradicional, Arellanes & Arellanes (2017) comentan que son políticas enfocadas que favorecen la creación de mercados públicos y la adquisición de alimentos en supermercados, lo que promueve la desaparición de pequeños productores y con ellos la desaparición de alimentos propios de la región.

En este sentido, los autores subrayan que los mercados tradicionales no son tomados en cuenta en las políticas públicas, ya que estas están enfocadas a favorecer a la agroindustria, a las grandes importaciones agrícolas y a los supermercados y centros comerciales (Arellanes & Arellanes, 2017).

De igual forma, García *et al.* (2016) agregan que las políticas públicas que actualmente se implementan no proponen mecanismos precisos para la producción y distribución de los productos de los pequeños productores, y consideran que los mercados tradicionales están muy alejados de las consideraciones de las políticas públicas que actualmente se implementan.

Con base en lo anterior, se identifica que los mercados tradicionales no son vistos como un medio o un recurso para generar soberanía alimentaria, y al no considerar la importancia que tienen, se observa que no existen políticas públicas implementadas por los gobiernos para promover este tipo de mercado y, por consiguiente, generar soberanía alimentaria.

Los mercados tradicionales tienen un papel importante porque son una forma para conseguir soberanía alimentaria, pero no existen políticas públicas que la promuevan, ya que las políticas públicas que son implementadas por los gobiernos son políticas que tratan de controlar y restringir esta actividad.

En el presente estudio se abordan las políticas públicas municipales y el mercado tradicional desde la perspectiva de la soberanía alimentaria. El objetivo de la investigación fue analizar la influencia de las políticas públicas municipales implementadas por el gobierno de Miahuatlán de Porfirio Díaz sobre el mercado tradicional respecto a su capacidad para contribuir a la soberanía alimentaria del territorio. El supuesto planteado fue que las políticas públicas que ha implementado el gobierno municipal de Miahuatlán de Porfirio Díaz respecto al mercado tradicional no han favorecido el desarrollo y la organización de este tipo de mercado respecto a su capacidad de contribuir a la soberanía alimentaria y la importancia de este para el ámbito regional.

Materiales y métodos

El enfoque de investigación que se utilizó en el presente estudio fue un enfoque cualitativo. De acuerdo con Del Cid *et al.* (2011), este enfoque permite comprender y profundizar el entendimiento de un fenómeno. Yin (1984) (citado en Rodríguez *et al.*, 1999) señala que existen estudios de caso único y estudios de caso múltiple: el caso único se refiere al análisis de un único caso por sus características y particularidades, mientras que el estudio de caso múltiple se refiere al análisis de diversos casos únicos a la vez. En este sentido, la presente investigación es un estudio de caso único en donde la unidad de análisis es el mercado tradicional de Miahuatlán de Porfirio Díaz, en particular, los productos agrícolas comercializados en él.

Para llevar a cabo el estudio, se consideraron conceptos de soberanía alimentaria, mercado tradicional y políticas públicas municipales, los cuales dan sustento teórico a la investigación.

Se determinó una muestra no probabilística, en donde se consideraron a productores de hortalizas que participan en el mercado tradicional de Miahuatlán, líderes de productores y autoridades municipales como informantes claves. Para la selección de los productores se utilizó el muestreo por conveniencia, en donde se seleccionó a aquéllos informantes que fueron más accesibles y ofrecieran mayor información.

Para recolectar la información en campo se diseñó una guía de entrevista semiestructurada, considerando los conceptos de mercado tradicional, soberanía alimentaria y políticas públicas municipales, dirigida a los informantes claves (productores, líderes de productores y autoridades municipales). También se utilizó la observación no participante y participante. Para la observación no participante, se diseñó una guía de observación que incluía los puntos a observar. Para la observación participante, se diseñó una guía de observación que también permitió obtener información para cumplir con el objetivo establecido. Las guías de la observación no participante y participante fueron también diseñadas a partir de los conceptos y dimensiones de interés.

La información fue registrada en audio y transcrita en un documento en formato Word, y posteriormente fue seleccionada para su análisis, en donde este último se realizó a partir de la información obtenida en campo y los conceptos que sustentan la investigación.

Resultados y discusión

Los resultados se muestran en dos apartados. Primero se hace una descripción del mercado tradicional y las características que posee para contribuir a generar soberanía alimentaria, y después se abordan las políticas públicas que ha implementado el gobierno municipal sobre el mercado tradicional, haciendo una discusión de ellos al mismo tiempo.

Mercado tradicional y soberanía alimentaria

El mercado tradicional se realiza en la cabecera municipal los lunes a partir de la 5:00 de la mañana (hora en la que diferentes comerciantes llegan al centro de la ciudad para instalar sus puestos) y finaliza aproximadamente a las 7:30 de la noche.

La información recuperada en campo muestra que se han dado cambios importantes en la última década. De acuerdo con lo comentado por los informantes, aproximadamente hace 12 años la mayoría de las hortalizas venían de lugares fuera de la región. Sin embargo, gracias al proceso de aprendizaje y de innovación productiva en la actualidad, productoras y productores de la misma región aprendieron el proceso de la siembra de estas hortalizas y ya no dependen de productores externos, como lo muestra el siguiente argumento:

Hace 12 años la mayor parte de las verduras venía de San Antonino [municipio oaxaqueño cercano a Miahuatlán de Porfirio Díaz] y de Puebla, pero ahora ya todo lo sabemos sembrar. Porque antes nada más lo que se producía en la comunidad nada más era la lechuga, espinaca, cilantro, rabanito y yerbabuena. Ahora ya se produce el brócoli, el pepino, la col, chícharo. Aprendimos a sembrar estas verduras porque experimentamos, comprábamos semillas y veíamos que sí se lograba la verdura, entonces sembrábamos más, porque hay verduras que no se dan en clima caliente o frío (E. Bautista, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

Algunos vendedores mayoristas (y minoristas) de jitomate, miltomate (como se conoce regionalmente al tomate de cascara o tomate verde) y aguacate comienzan a llegar a la ciudad de Miahuatlán desde el domingo y se establecen en la calle 05 de Mayo; los minoristas se establecen en la calle 2 de Abril.

Por otra parte, los comerciantes de venta al menudeo llegan desde el domingo porque, por lo regular, no cuentan con transporte propio y tienen que viajar en transporte público. Si viajan el mismo lunes, no pueden hacer uso de dicho transporte por la saturación relacionada con el día de mercado: "A las 2:30pm llego hoy y mañana vendo. Porque no hay carro, no hay pasajera. Entonces, si vengo el lunes viene lleno [el transporte] y por eso ya mejor nos quedamos" (A. García, comunicación personal, 09 de enero, 2022).

El lunes llegan el resto de los productores al centro de la ciudad alrededor de las 3:00 o 4:00 de la mañana, descargan sus productos, y a las 5:00 de la mañana comienzan a instalar sus puestos: "a las 5 de la mañana empiezo a poner el puesto, se tiene que manejar las verduras, hay verduras que tenemos que limpiar como por ejemplo el chícharo, el nopal" (E. Bautista, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

De acuerdo con lo observado, el mercado tradicional se realiza en las calles del primer cuadro de la ciudad. Además de productos agrícolas, se comercializa calzado, ropa, electrodomésticos. Las frutas y hortalizas que provienen de las comunidades de la región se comercializan en el corredor del palacio municipal y el andador del jardín, como se muestra en la Figura 1.



Figura 1. Puestos de hortalizas enfrente del palacio municipal.
Fuente: Elaboración propia.

Las principales verduras que se pueden encontrar en el mercado tradicional son rábanos, lechuga, brócoli, cilantro, ejote, cebollas, miltomate, espinacas, chepil (un tipo de quelite muy consumido en la región), zanahorias, tomates, perejil, chayotes, chícharo, nopales y pepino. Todas estas verduras son sembradas, cosechadas y comercializadas por los propios productores. Las frutas que se comercializan son piña, naranja, melón y plátano, que por lo regular no son producidos en la región. Las frutas que sí se producen en la región y que se comercializan en el mercado tradicional son la fresa, zarzamora, chirimoya, sandía, manzana y granada, entre otras.

Los productores de hortalizas provienen de diferentes comunidades, de las que destacan Santa Catarina Cuixtla, Santa Cruz Xitla, San Miguel Yogovana, Santa Lucía Miahuatlán, Ejutla de Crespo, San Ildefonso Amatlán, San José Lachiguirí; pero los principales productores son las personas de la comunidad de El Tabaje, La Labor y El Yegalán, pertenecientes al municipio de San José el Peñasco, El portillo San Andrés Paxtlán, Santa Catarina Quiquitaní, Santa Ana, Miahuatlán, Monjas Miahuatlán y San Pedro Amatlán (Tabla 1).

Los productores que se establecen aquí en el corredor municipal vienen de San José del peñasco, son tres agencias, El Tabaje, La Labor y El Yagan [...] todos ofrecen productos que se siembran en la región, rábanos, lechuga, pepino, ejote, calabacitas, espinacas. Todo lo que ellos ofrecen aquí ellos lo siembran (C. Castro, comunicación personal, 22 de febrero, 2022).

Tabla 1. Procedencia de productores de hortalizas.

Tipos de productores	Lugar de procedencia	Productos que ofrecen
Mayoristas	Santa Catarina Cuixtla	Tomate
	Santa Catarina Quioquitani	Tomate, aguacate, miltomate, limón, chirimoya, chayote, granada
	Santa Ana Miahuatlán	Tomate
	Monjas Miahuatlán	Tomate, miltomate, sandilla, pepino, ejote
	Santa Cruz Xitla	Tomate, calabaza, cilantro
	Santo Domingo Amatlán	Chayote, chirimoya, granada
Minoristas	El Carrizal, San José Lachiguiri	Tomate
	San Miguel Yogovana	Cilantro, yerbabuena
	El Portillo, San Andrés Paxtlán	Chepil, perejil, yerba mora, chayote, calabaza, flor de cuahipil, aba, ejote, orégano, romero, frutas como la fresa y granada
	San Pedro Amatlán	Ajo, cebolla
	San José del Peñasco	Rábano, lechuga, brócoli, cilantro, ejote, cebolla, miltomate, nopalito, espinaca, betabel, apio, chícharo, calabaza, coliflor, pepino, chepiche
	Ejutla de Crespo Santa Lucía Miahuatlán	Ejote, limón, chayote, aguacate, chile verde Rábano, calabaza, cilantro, quintonil, epazote

Fuente: Elaboración propia con información obtenida en trabajo de campo.

Con base en la tipología de vendedores (vendedores propios, regatones o revendedores y ambulantes) que proponen Malinowski y De la Fuente (1957) y Beals (1975) (citados en Arellanes & Casas, 2011), en el mercado tradicional de alimentos que se realiza en Miahuatlán de Porfirio Díaz, la mayoría de comerciantes que venden sus productos el domingo y lunes son vendedores propios, caracterizados como aquellas personas que venden productos que ellos mismos producen. En otras palabras, son productores campesinos que provienen de comunidades rurales que circunscriben a la ciudad de Miahuatlán. Se delimita, de manera clara, un territorio del mismo municipio y de municipios aledaños, cuyas comunidades han sido proveedoras históricas de productos agrícolas para el mercado tradicional (Figura 2).

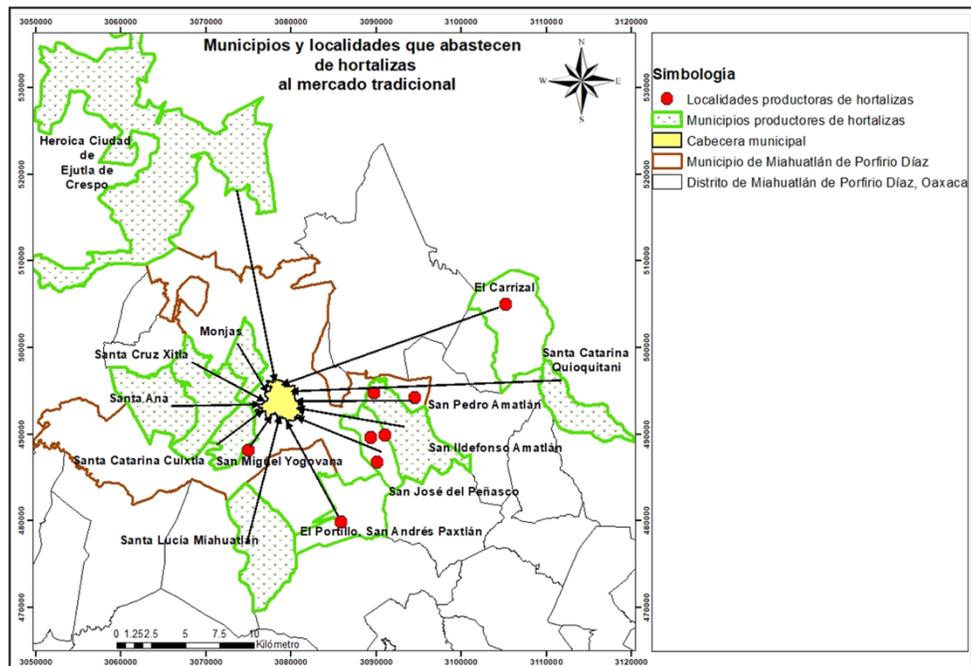


Figura 2. Municipios y localidades que abastecen de hortalizas al mercado tradicional.
Fuente: Elaboración propia.

Nosotros sembramos, producimos y vendemos las hortalizas, por eso decimos que viene del huerto a su mesa (E. Bautista, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

En la comunidad todos somos productores y nosotros mismos vendemos las verduras (E. López, comunicación personal, 09 de enero 2022).

A partir de lo anterior, se identifica que existe una venta directa entre productor y consumidor, lo cual es interesante porque los consumidores acceden a alimentos frescos. De acuerdo con Boucher & Riveros-Cañas (2017), La Trobe (2002) y Contreras *et al.* (2017), este mecanismo de comercialización genera confianza entre vendedor y consumidor, así como precios justos para ambos, los cuales son aspectos que también promueven el concepto de soberanía alimentaria.

También se identificó que la mayoría de los vendedores son mujeres. Algunas son solteras y se encargan de todas las actividades. Las que están casadas son apoyadas por sus esposos en las mañanas en las labores de descarga de productos y la colocación del puesto. No obstante, los varones vuelven a sus comunidades para atender las labores diarias que requieren los cultivos, y regresan más tarde para ayudar a desinstalar el puesto.

Mi esposo siembra las verduras y yo lo vengo a vender porque no podemos al mismo tiempo sembrar y venir a vender, hay varias plantitas de verduras y es cuestión de regarlos. Él se queda porque como le digo atiende los animales ahí en la casa, riega las plantas [...] él se queda sembrando lo que es el rábano, el brócoli, la lechuga o plantando, porque esas plantitas se ponen en almácigos, entonces se planta matitas por matitas, por eso es que él se queda, no podemos venir todos, pues, y yo los vengo a vender, pero cuando tenemos bastante también el viene y me ayuda (E. López, comunicación personal, 09 de enero 2022).

A partir del argumento anterior, se percibe que existe una división de trabajo, el hombre se dedica a la siembra y cuidado de las hortalizas y la mujer los vende en el mercado. Este hecho sucede de manera similar en los mercados tradicionales de Etna, Zaachila, Ocotlán y Tlacolula. De acuerdo con Manzanero *et al.* (2021), en estos mercados tradicionales “la mayoría de los vendedores son de género femenino [...] los hombres (papás, hermanos, esposos) son los que cultivan y cosechan, mientras que las mujeres son las que se encargan de la venta de estos productos en los mercados”.

Para que las productoras puedan sembrar sus hortalizas es necesario que cuenten con recursos como tierra, semilla y agua. Al respecto, la mayoría de los informantes comentaron que el régimen de tierra con la que cuentan es de pequeña propiedad privada. También mencionaron que sus productos son producidos por ellos en sus comunidades y que, por lo tanto, no compran la semilla:

El cilantro viene del pueblo, son criollos. No compramos semillas (A. García, comunicación personal, 09 de enero, 2022).

Todo es criollo. Sacamos la semilla y lo guardamos y después lo sembramos (C. López, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

Guardamos las semillas de la lechuga, del cilantro, de las calabacitas y del chícharo y después lo sembramos (E. Bautista, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

Solo algunos productores compran la semilla, como es el caso de los productores de tomate. Quienes compran este insumo, lo adquieren en las tiendas de agroquímicos que se encuentran en la misma ciudad de Miahuatlán. En palabras de un productor: “las compro a las tiendas de agroquímicos porque ahí también me dan asesoría para sembrarlo” (M. Martínez, comunicación personal, 05 de enero, 2022). A partir de este argumento, se identifica que la principal razón por la que compran las semillas en las tiendas de agroquímico es porque reciben asesoría. La asesoría ha resultado importante para los productores porque así han podido sembrar otro tipo de hortalizas y con ello ampliar la oferta de productos.

Por lo tanto, los productores, al ofertar una variedad de productos en la región, permiten que los consumidores tengan acceso a productos que son producidos de acuerdo con el contexto cultural, esto como parte del derecho de los individuos al acceso de alimentos culturalmente apropiados, el cual constituye uno de los ejes de la soberanía alimentaria.

En cuanto al agua que utilizan los productores para regar sus hortalizas, comentaron que la obtienen ya sea de manantiales, ríos o pozos de poca profundidad, los cuales se encuentran en sus comunidades y que no pagan por el uso de este recurso. Como lo comentan unas de las productoras: “tengo pozo... no, yo no pago por el agua, porque el pozo es pozo propio” (C. López, comunicación personal, 10 de enero, 2022); “del canal que viene del río, pero es agua limpia” (E. Bautista, comunicación personal, 10 de enero, 2022). El uso de agua de buena calidad para el riego es un aspecto importante de la preferencia de los consumidores que concurren al mercado tradicional. Al comprar hortalizas, es frecuente que el cliente pregunte por el lugar de origen de los productos y se prefiere aquellos productos que provienen de ciertas comunidades de las cuales se conoce la calidad del agua para riego.

Con lo escrito anteriormente, se identifica entonces que los productores que participan en el mercado tradicional que se realiza en Miahuatlán de Porfirio Díaz sí tienen acceso a los recursos de tierra, semillas y agua para poder sembrar sus productos. Lo anterior es bastante relevante dado que uno de los criterios que abona a la construcción de soberanía alimentaria es precisamente el grado de independencia de los sistemas alimentarios con respecto a recursos externos al territorio. Para el caso de los sistemas productivos de los que provienen las frutas y hortalizas comercializadas en Miahuatlán, es claro que tiene poca dependencia de recursos externos o de recursos que no controle el productor. El uso moderado de fertilizantes químicos, su preferencia por abonos naturales y el bajo uso de semillas compradas, dada la preferencia por los materiales criollos, dan robustez a los sistemas productivos y afianzan su contribución a la soberanía alimentaria del territorio.

En cuanto a la forma de producción de las hortalizas, los productores señalaron que algunas verduras son producidas a cielo abierto y otras en agricultura protegida, esto de acuerdo a la característica de cada verdura u hortaliza. Así lo comenta una de las productoras:

En el cielo abierto y algunos en agricultura protegida. Lo que es el tomate y pepino en invernadero y las hortalizas a cielo abierto. Lo que es el rábano lo sembramos, y al mes ya lo podemos cosechar, pero lo que es la lechuga, el brócoli, el tomate, lo sembramos en almácigos, al mes lo estamos plantando en la tierra. Y ya el cilantro se siembra directo. Hay verduras que se siembran directo y hay verduras que no, unos se plantan primero en almacigo y de ahí a la tierra (E. Bautista, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

Yo lo siembro (hortalizas), no siembro en invernadero porque donde siembro es ladera, es barranca (C. López, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

Se observa entonces que la siembra de hortalizas a cielo abierto o en agricultura protegida depende de la naturaleza del cultivo, así como de la forma o la pendiente que tiene el terreno.

Para que las verduras crezcan y comiencen a producir, algunos productores comentaron que utilizan solamente abono orgánico para producir, por ejemplo, el rábano, chepil, calabaza, perejil, etc.; otros utilizan tanto abono orgánico como agroquímicos (convencional) generalmente para la producción de tomate:

Yo lo siembro (hortalizas), le quito el monte, no utilizo químico, todo es natural. Como la fresa es natural (C. López, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

La forma en que sembramos el tomate lo llamamos convencional. Es decir, uso del [fertilizante] químico y abono orgánico. El tomate siempre utiliza químico, quien dice que un tomate no tiene químico está mintiendo. Tiene que ser convencional porque si se trabaja con puro abono orgánico no funciona, y si se trabaja con puro químico tampoco funciona, tiene que ser convencional. Se utiliza abono orgánico, jabón para quitarle las plagas (G. Peña, comunicación personal, 04 de enero, 2022).

Todos los productores entrevistados únicamente participan o tienen acceso a un único mercado, que es el mercado tradicional que se realiza en Miahuatlán, esto debido a que en otros mercados tradicionales no les permiten el acceso.

Ya no vendo en otro lado, aquí nada más. Porque si vamos a otro lado no dejan, luego corren a uno. Ni en Ejutla ni en Pochutla no dejan, nos dicen vayan a donde son, a su mercado a donde les pertenecen nos dicen, por eso no vamos. Hubo un tiempo que íbamos, pero llegábamos con la camioneta y salen y corren a uno porque como uno lleva todo lo que es fresco, llega fresco la verdura por eso no les gusta. No salimos a otro lado, acá nada más (E. López, comunicación personal, 09 de enero 2022).

Aquí nada más (mercado tradicional que se realiza en Miahuatlán). Porque se enojan si vamos a otro mercado, se enojan, no compran (C. López, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

Lo anterior permite observar que el mercado tradicional que se realiza en Miahuatlán tiene un papel importante porque conecta a productores campesinos que requieren de un mercado para vender sus productos, y una ciudad que necesita abastecerse de alimentos. En ese sentido, puede entenderse que históricamente se ha dado una relación de interdependencia entre las comunidades aledañas a la ciudad de Miahuatlán y las necesidades de abasto de alimentos de la ciudad.

Otro aspecto interesante del mercado tradicional es que conserva sistemas de intercambio que no están mediados por el dinero. Los productores, además de vender sus hortalizas en algunas ocasiones, también las intercambian por otros productos, es decir, subsiste el sistema de trueque:

Sí, lo cambiamos con tortilla, lo que la gente quiere, Algunos vienen se llevan 20 (pesos) de tomate, 10 (pesos) de ejote, unos me dan tortillas, otros, pan, a veces vienen a ofrecer chicharrones, ajo (A. García, comunicación personal, 09 de enero, 2022).

Los principales productos utilizados para los intercambios son verduras, tortillas, pan, ajo y chicharrón de cerdo (Figura 3).



Figura 3. Productor y consumidor realizando el trueque.
Fuente: Elaboración propia.

Cabe señalar que las productoras no solamente consumen estos productos en el día de plaza, sino que se lo llevan para sus casas para consumirlo durante la semana. La forma en que los comerciantes se ponen de acuerdo para realizar el trueque es por medio del valor del dinero, es decir, \$10 (pesos mexicanos) de cilantro por \$10 de tortillas, o \$20 de nopales por \$20 de pan. El dinero entonces sirve como unidad de referencia, pero no participa de manera física en el intercambio.

Estos resultados coinciden con los de Molina-Luna & Arellanes (2016), quienes señalan que, en los mercados tradicionales de Etlá, Ocotlán, Tlacolula y Zaachila, los vendedores de sectores marginados que ofertan productos producidos o recolectados desde sus comunidades realizan el trueque para obtener otros productos con los que no cuentan y para no desaprovechar productos que no pudieron comercializar en el transcurso del día.

Los productores comentaron que una de las estrategias que utilizan los consumidores para comprar verduras es preguntarles a los productores de dónde vienen los productos; y si vienen de alguna de las comunidades como El Portillo Paxtlán, El Yagalán o algún otro municipio de la región, entonces deciden comprarlo. Los consumidores comparten un reconocimiento por los alimentos que son producidos en ciertas comunidades. Asumen, por el solo hecho de conocer su procedencia, que no contienen grandes cantidades de agroquímicos, son criollos y son regados con agua que proviene de manantiales o pozos.

Porque ya me conocen, dicen: “¿de dónde es usted?” y le digo de “El Yagalán”, y dicen: “aah, véndame usted dos o tres manojo de rábano”. Porque es agua limpia. El cilantro es criollo por eso me compran porque es criollo (A. García, comunicación personal, 09 de enero, 2022).

El cliente ya sabe que la verdura viene de El Portillo, Paxtlán, y ya vienen a comprar. Ya saben dónde hay verdura criolla porque los que vienen de Puebla esos no son criollos (C. López, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

A partir de lo anterior, se identifica que los consumidores siempre buscan productos que son criollos, entendiéndose por verdura criolla la que es producida en las propias comunidades o en la región.

En resumen, se identifica que el mercado tradicional de alimentos que se realiza en la cabecera municipal de Miahuatlán de Porfirio Díaz es un mercado tradicional que tiene la capacidad de contribuir a generar soberanía alimentaria en la región, como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2. Capacidad para contribuir a la soberanía alimentaria.

Ejes de la soberanía alimentaria	Características de los sistemas de producción que abastecen al mercado de Miahuatlán
Acceso a recursos	— Tierra (propiedad privada) — Acceso a semillas — El agua la obtienen de pozos o ríos
Modelo de producción	— A cielo abierto — Invernadero — La producción es convencional
Comercialización	— Acceso a un solo mercado (Miahuatlán de Porfirio Díaz) — Venta directa de productor a consumidor
Derecho al consumo de alimentos culturalmente apropiados	— Productos de la región (criollos)

Fuente: Elaboración propia con información obtenida en trabajo de campo.

La Tabla 2 permite apreciar que los productores cuentan con: recursos (tierra, semillas, agua) para la producción de sus hortalizas; la producción de las hortalizas es a cielo abierto o en agricultura protegida y es convencional. Los productores tienen acceso a un solo mercado, y la venta se da de manera directa de productor a consumidor; se comercializan productos de la región (criollos), en años recientes ha aumentado la variedad de alimentos a los que se tiene acceso porque existen productores que los producen.

Políticas públicas municipales sobre el mercado tradicional

Con base en la información obtenida en campo, las principales políticas públicas municipales que ha implementado el gobierno municipal sobre el mercado tradicional de alimentos son las que se muestran en la Tabla 3.

Tabla 3. Tipos de políticas públicas implementadas por el gobierno municipal sobre el mercado tradicional de alimentos.

Problemática	Agenda gubernamental	Tipos de políticas existentes	Características	Área encargada de su implementación
Mala organización de los puestos de verduras	Regiduría de mercado	Políticas para organizar el mercado tradicional	<ul style="list-style-type: none"> • Permisos para poder vender sus productos • Espacios de venta 	Regiduría de mercados
Dependencia de recursos federales	Cabildo municipal	Ingresos propios	<ul style="list-style-type: none"> • Cobro de derecho de piso y permiso anual 	Tesorería Sindicatura hacendaria
Generación de residuos sólidos	Regiduría de ecología y regiduría de salud	Políticas de sanidad	<ul style="list-style-type: none"> • Recolección de residuos • Limpieza de calles • Medidas sanitarias para evitar la propagación del virus Covid-19 	Regiduría de ecología Regiduría de salud
Robos, asaltos	Sindicatura	Políticas de seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Rondines de policías municipales en puntos estratégicos de la ciudad 	Sindicatura
Congestionamiento vehicular y accidentes	Regiduría de vialidad	Políticas de movilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Cierre de la calle Basilio Rojas, 2 de abril 	Regiduría de vialidad
Eventos externos (eventos culturales, pandemia del Covid-19)	Reunión de cabildo	Políticas extraordinarias	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio del lugar para realizar el mercado tradicional cuando un evento cultural coincide con el lunes • Con la pandemia del Covid-19 se prohibió la entrada a comerciantes que no pertenecen a Miahuatlán 	Regiduría de mercados

Fuente: Elaboración propia con información obtenida en trabajo de campo.

En la tabla anterior, se muestran los diferentes tipos de problemas que las autoridades municipales consideran que se presentan en un día de plaza y cómo estas problemáticas se transforman en la agenda municipal. Es decir, algunos problemas son tomados en cuenta por cada regiduría y otras en sesión de cabildo.

Una vez que estas problemáticas son consideradas como importantes para resolverlas, las autoridades municipales plantean distintas soluciones, generándose así diferentes tipos de políticas municipales para cada problemática. De esta manera, en el cuadro se muestra las características de cada política pública municipal y las áreas que se encargan de implementarlo.

Influencia de las políticas públicas municipales sobre el mercado tradicional

Para evitar que exista desorganización y conflictos entre productores por los espacios de venta, el gobierno municipal, a través de la regiduría de mercados, establece que los productores que desean vender sus productos en el mercado tradicional de alimentos primero deben solicitar un permiso, y una vez que la regiduría les otorga el permiso, les asigna los espacios de venta.

Sí, tenemos permiso de ellos, porque qué tal si nos ponemos y viene el otro, siempre tenemos que pedir permiso al regidor de mercados porque él nos dice, si está desocupado el espacio venimos, si no, pues no. Le pedimos permiso a él porque él es el que ordena la gente del mercado. El regidor asigna los espacios de venta. Saben que nosotros traemos lo que cosechamos y como pertenecemos aquí también, San José del peñasco Miahuatlán, por eso también nos dejan vender (B. Rodríguez, comunicación personal, 12 de enero, 2022).

Los productores, al solicitar el permiso para vender sus productos, tienen que pagar una cuota anual, también llamada *manifiesto*, y el derecho de piso. Así lo comentaron los productores y el regidor de mercados.

Pagan (los productores) el permiso anual y el cobro de piso. Ese cobro anual le llaman manifestación o manifiesto y cada año vienen a renovarlo. Nosotros renovamos el manifiesto, tiene un costo de 500 pesos y el cobro de piso de los lunes de \$10 (C. Castro, comunicación personal, 22 de febrero, 2022).

Anualmente se renueva el permiso, cada año para poder vender aquí, y nos dan un recibo que ya pagamos, pagamos \$500 (E. Bautista, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

Los productores comentaron que el impuesto que pagan a la autoridad municipal por el uso del espacio público, también conocido como el derecho de piso, es de \$5 a \$10 pesos, esto de acuerdo a la cantidad de productos que tienen en sus puestos.

Sí, \$10 pesos, ellos pasan con unos boletitos, pasan como entre 9:00 o 10:00 am (B. Rodríguez, comunicación personal, 12 de enero, 2022).

Sí, pasan a cobrar \$10 pesos, pasan a las 10:00am a cobrar. Depende de las cosas que uno tiene, yo doy cinco [pesos] nada más porque no tengo mucha verdura. Ya los que tienen un poco más les cobran \$10 (A. García, comunicación personal, 09 de enero, 2022).

Lo anterior muestra que la autoridad municipal tiene un papel importante en la organización del mercado porque es quien otorga los permisos y espacios para que los productores puedan vender sus productos. Así mismo, es el encargado de cobrar el derecho de piso, este último, de acuerdo a la información proporcionada por la autoridad municipal, se considera una oportunidad para recaudar ingresos propios.

Pareciera que esta política pública enfocada a la organización de este mercado tradicional es una política de fomento a este tipo de mercado, por el hecho de que las autoridades municipales le otorguen permiso a los productores y lleven a cabo una organización de los mismos; sin embargo, desde la perspectiva de la soberanía alimentaria se considera que, más que una política pública de fomento, es una política para controlar el mercado, debido a que no se logran observar acciones concretas que beneficien o mejoren la participación de los productores de hortalizas en este mercado.

El otorgamiento de permisos a los productores y el cobro de piso que realiza la autoridad municipal de Miahuatlán de Porfirio Díaz al mercado tradicional también ocurre en unos de los mercados que se realizan en Guadalajara, Jalisco. De acuerdo con Flores (2005), la autoridad municipal es el encargado de asignar los espacios a los comerciantes y de cobrar el derecho de piso.

Las actividades comerciales como las que se realizan en el mercado tradicional son asumidas generalmente como actividades informales porque los comerciantes no realizan un registro formal de sus negocios ni pagan impuestos (Bayona, 2011). Sin embargo, es necesario reconsiderar este argumento, ya que los comerciantes, si bien es cierto no realizan estos procesos ante el gobierno estatal o federal, sí pagan un derecho de piso y permiso anual ante el gobierno municipal. Por lo tanto, se podría considerar que, al momento de contribuir al gobierno municipal, existe una validación del comercio del mercado tradicional, el cual ya no tendría que ser considerado como actividad informal.

El mercado tradicional es considerado como una actividad que genera una elevada cantidad de residuos sólidos. En ese sentido, una de las condiciones principales que la regiduría de mercados les ha impuesto a los productores para otorgarles el permiso y el espacio de venta ha sido: que deben recolectar los residuos que generen y llevárselos para sus comunidades, ya que, al no hacerlo, la autoridad municipal ya no les vuelve a otorgar el permiso y espacio para vender.

Nosotros nos lo llevamos (residuos sólidos). Lo recogemos porque fue uno de las principales condiciones cuando nos prestaron el espacio. Nos dijeron que debemos mantener limpio el espacio. Nos dijeron al término del día se deben de llevar sus basuras. Y después los del municipio pasan a barrer (E. Bautista, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

Yo me llevo la basura para mis animales, toditita la basura, por eso traigo mi costal aquí donde echo mi basura y me lo llevo para mis animales (B. Rodríguez, comunicación personal, 12 de enero, 2022).

Esta política pública enfocada a los productores para la recolección de los residuos que generan el día de plaza también se lleva a cabo en el mercado tradicional que se realiza en el municipio de Ixtlahuaca, Estado de México. Reyes (2020) explica que los lunes, al finalizar el mercado, todos los comerciantes tienen la obligación de dejar limpia la zona que utilizaron para establecer sus puestos. Aquellos comerciantes que no cumplen con hacer esta limpieza son acreedores a una sanción acorde a lo estipulado en los lineamientos locales del ayuntamiento municipal.

Se debe agregar también que los informantes mencionaron que, además de llevarse los residuos para sus comunidades, también pasan los encargados de la limpieza a barrer los espacios que fueron utilizados el lunes. De esta manera, tanto los comerciantes como la autoridad municipal participan en la limpieza de los espacios públicos utilizados.

En el mercado tradicional participan un gran número de personas de la región, en algunas ocasiones se han presentado robos y asaltos. En ese sentido, con la finalidad de proteger la seguridad de todos los participantes, la autoridad municipal de la administración actual (2022-2024) ha establecido grupos de policías en puntos estratégicos del primer cuadro de la ciudad donde se realiza el mercado tradicional. Sin embargo, el director de mercados comenta que el número de policías con los que cuentan no es suficiente para resguardar la seguridad de las personas en un lunes.

A partir de esta administración se solicitó a la policía municipal de la dirección pública municipal de seguridad. Se solicitó el apoyo de las policías municipales en los rondines en los puntos en donde se detectan mayor número de delitos cometidos como robo y asaltos. Para cuidar la seguridad de los comerciantes como del público en general, ahorita contamos con 34 policías municipales, de los cuales se dividen en dos turnos de 17. Entonces 17 policías para una jornada de un lunes pues realmente son muy pocos (C. Castro, comunicación personal, 22 de febrero, 2022).

Al igual que en el mercado tradicional que se realiza en Miahuatlán de Porfirio Díaz, Reyes (2020) expresa que durante el día de mercado tradicional en Ixtlahuaca la autoridad municipal envía a grupos de policías para que el entorno sea seguro.

Los lunes, cuando se realiza el mercado tradicional en Miahuatlán de Porfirio Díaz, los vehículos no transitan por la calle 2 de Abril, Basilio Rojas y Benito Juárez, esto se debe a que ese día la autoridad municipal le da prioridad a los comerciantes para que se establezcan en esas calles, y a raíz de ello, establece calles alternas para la circulación de los automóviles. Y una vez terminada esta actividad, los automóviles vuelven a circular por estas calles. En palabras de las autoridades municipales:

Se cierran algunas calles como tradición porque se le ha permitido que pongan puestos en las calles en el primer cuadro de la ciudad (E. Ramos, comunicación personal, 18 de enero, 2022).

El día lunes no hay paso para automóviles (calle 2 de Abril, Basilio Rojas y Benito Juárez), el día lunes es una plaza y hay mucha gente, muchos comerciantes, y en esas calles no circulan automóviles (L. Ortiz, comunicación personal, 15 de enero, 2022).

Ante la afluencia de diversos vendedores y compradores que participan en el mercado tradicional, las autoridades municipales consideran que el mercado tradicional es un problema, obstruye las calles, ocasiona tráfico de automóviles y aglomeración de personas.

El mercado es un problema porque obstruye todas las calles y debe de cambiarse a otro lado. De por si las calles de Miahuatlán son muy angostas y eso produce tráfico los lunes y se hace no solo un tráfico de automóviles sino también de personas (E. Ramos, comunicación personal, 18 de enero, 2022).

El argumento anterior coincide con lo establecido por Reardon & Berdegué (2002) y Delgado (1992) (citados en Ayala & Castillo, 2014) al asumir que los mercados tradicionales ocasionan congestión vehicular y que deben de existir reglamentos para regular su operatividad con la finalidad de salvaguardar las vialidades y espacios públicos.

Lo anterior permite observar cómo, desde el punto de vista urbano, el mercado tradicional es considerado como un problema que a su vez genera problemas. Se le piensa como un agente de perturbación del espacio público sin reparar en lo relevante que resulta para el abasto de alimentos del habitante urbano. Más aún, para los productores de hortalizas, el mercado tradicional representa la única oportunidad para vender sus productos y obtener un ingreso económico. El mercado tradicional es el punto de confluencia de múltiples sistemas productivos de la región Sierra Sur, lo que lo convierte no solo en espacio en donde las personas puedan abastecerse de productos de la región, sino en un lugar de diálogo intercultural.

Un ejemplo más del nivel de importancia que dan las autoridades municipales al mercado tiene que ver con que su realización queda sujeta a otros usos a los que se da preferencia. Por ejemplo, en Miahuatlán de Porfirio Díaz se realizan eventos como el 15 y 16 de septiembre, 03 de octubre y 05 de mayo, que a veces coinciden con el lunes en que se realiza el mercado tradicional. Ante esta situación, la autoridad municipal informa con anticipación a los comerciantes que el mercado tradicional se realizará en un lugar diferente.

Normalmente cuando es 3 de octubre, 5 de mayo, que son los días que se suspende la plaza, se reubica a los vendedores. Por ejemplo, el desfile de 3 de octubre, 15 de septiembre, si cae lunes, se reubican a todos los puestos (C. Castro, comunicación personal, 22 de febrero, 2022).

Un lunes que coincida por ejemplo el 15 de septiembre donde se hace un evento cívico aquí en la explanada, se suspende el mercado aquí en el centro y se manda a otra parte donde se realiza. Se ha realizado en el campo deportivo (E. Ramos, comunicación personal, 18 de enero, 2022).

Dado que en esos días el mercado tradicional se cambia de lugar, algunos productores deciden no participar porque el lugar está retirado del centro de la ciudad y no acuden muchos clientes, además porque las condiciones no son adecuadas para la venta de las hortalizas.

Se suspende o se mueve al deportivo (la realización del mercado tradicional). Nos avisan como dos semanas antes. Giran un oficio para avisarnos que no va haber plaza, por tal motivo, y los que gusten venir, está la plaza, pero al deportivo. Pero yo no vengo porque es tierra y mucho polvo, y los clientes casi no van hasta allá. Aquí es más cómodo. Nos acatamos a lo que dicen, como no es seguido, entonces acatamos la decisión que toman (G. Ortiz, comunicación personal, 10 de enero, 2022).

Ante la pandemia del Covid-19, una de las medidas que el gobierno municipal llevó en primer instancia fue la prohibición de la entrada de productores que no pertenecían al municipio de Miahuatlán. Les dieron prioridad a los productores del municipio. Cuando el municipio estuvo en semáforo rojo, esto de acuerdo con el semáforo epidemiológico establecido por el gobierno federal, se canceló su realización:

Con la pandemia hubo en un tiempo en que nos pusieron más separados para no estar tan juntos, prohibieron la entrada de productores de Ocotlán, San Antonino, y era únicamente plaza local. Pero ahora ya es plaza abierta, ahora ya no se diferencia eso (E. García, comunicación personal, 28 de febrero, 2022).

Antes de la pandemia yo no vendía aquí, pero con la pandemia dijeron que tiene que vender [habitantes] locales. La gente que pertenece a Miahuatlán nada más (E. López, comunicación personal, 09 de enero 2022).

A mediados del 2021, el gobierno municipal reanudó esta actividad, obligando a los productores y comerciantes a hacer uso de gel antibacterial, cubrebocas, la sana distancia y demás medidas sanitarias para evitar la propagación del virus.

Nos han dicho que tengamos nuestro gel y cubrebocas, la sana distancia (E. López, comunicación personal, 09 de enero 2022).

Los argumentos anteriores dejan ver la forma en que la autoridad municipal decide realizar el mercado tradicional cuando suceden eventos externos, tales como eventos cívicos o enfermedades que pueden poner en riesgo la vida de los participantes del mercado tradicional.

Cabrero (2007) comenta que las políticas públicas de los gobiernos municipales tienden a enfocarse a solucionar problemas visibles para la sociedad y que generalmente las soluciones son obras públicas. Este argumento se reafirma en las políticas públicas que ha implementado el gobierno municipal de Miahuatlán de Porfirio Díaz sobre el mercado tradicional, puesto que mejorar la participación de los productores de hortalizas en el mercado tradicional, preservar semillas de alimentos culturalmente apropiados, brindar asesoría para mejorar la producción de hortalizas, entre otras, no se visualizan, entonces el gobierno municipal tiende a enfocarse a otras actividades como la construcción de obras públicas. Además, las autoridades municipales no dimensionan la importancia que tiene este tipo de mercado para generar soberanía alimentaria en la región.

Actualmente, parece ser que el gobierno federal está comenzando a enfocar sus políticas públicas hacia la soberanía alimentaria; entonces, los gobiernos municipales podrían considerar este cambio para dirigir sus políticas municipales a generar soberanía alimentaria y así tener una autosuficiencia alimentaria en la región.

Conclusiones

El mercado tradicional que se realiza los lunes en la cabecera del municipio de Miahuatlán de Porfirio Díaz contribuye a generar soberanía alimentaria en el territorio. En él se comercializan productos de la región, los cuales son producidos a cielo abierto o en agricultura protegida de baja escala. Además, se confirma que los productores tienen acceso a recursos (tierra, agua, semilla) para la producción de sus hortalizas, lo que implica una menor dependencia de recursos externos al territorio. La posibilidad de venta de estos productos de manera directa entre productor y consumidor, es decir, a través de circuitos cortos, representa un rasgo importante de equidad entre el habitante urbano y el productor campesino. La poca o inexistente intermediación permite mejorar el ingreso de productor/comercializador. Estas relaciones comerciales entre cliente y proveedor son estrechas y se van robusteciendo en el tiempo.

Sin embargo, a pesar de la capacidad que tiene este mercado tradicional para generar soberanía alimentaria en el territorio, se hace evidente que no es promovido por la autoridad municipal, ya que se identificó que las políticas públicas implementadas sobre este mercado están enfocadas a controlar esta actividad, es decir, el cobro de derecho de piso, recolección de residuos, desalojo de los espacios públicos cuando se realiza algún evento cívico, entre otros. Y no se hallaron políticas que mejoren la comercialización de los alimentos o que den publicidad a los alimentos que son producidos por los productores de la región, alguna capacitación a los productores, etc., las cuales serían consideradas como políticas que actúan a favor del mercado tradicional.

El supuesto planteado fue que las políticas públicas que ha implementado el gobierno municipal de Miahuatlán de Porfirio Díaz respecto al mercado tradicional son políticas que no favorecen al desarrollo y organización de este tipo de mercado respecto a su capacidad de contribuir a la soberanía alimentaria y la importancia de este para el ámbito regional. Con base en el análisis y con información recuperada en campo, el supuesto se acepta porque no se encontraron acciones que actúen a favor de este mercado tradicional.

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) por el apoyo económico otorgado a la primera autora. A las autoridades municipales de Miahuatlán de Porfirio Díaz y a los productores de hortalizas, por brindar información sobre las políticas públicas municipales y el mercado tradicional.

Conflicto de interés

No se tienen conflictos de interés.

Referencias

- Arellanes, Y., & Casas, A. (2011). Los mercados tradicionales del Valle de Tehuacán-Cuicatlán: antecedentes y situación actual. *Nueva Antropología*, 24(74), 93-123.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15921070005>
- Arellanes, N., & Arellanes, A. (2017). Una aproximación a las políticas públicas en los mercados tradicionales oaxaqueños y michoacanos. En O. M. Garrafa-Torres., C. Rodríguez-Wallenius, S. E. Rapo-Miguez & R. García-Zamora (eds.), *Políticas públicas y territorialidades* (pp. 95-106). UNAM.
https://www.researchgate.net/publication/318135516_ReConfiguracion_de_saberes_y_Reconversion_Produccion_del_tabaco_en_la_costa_norte_de_Nayarit
- Arias, D., & Herrera, H. A. (2012). *Entre políticas gubernamentales y políticas públicas, análisis del ciclo de las políticas de desarrollo del gobierno del estado de Michoacán, México, 2003-2010*. INAP.
<http://ru.juridicas.unam.mx/xmlui/handle/123456789/13355>
- Ayala, S., & Castillo, V. M. (2014). La distribución de alimentos y bebidas en México: una perspectiva desde el comercio tradicional. *Espacio Abierto*, 23(4), 661-681.
<https://www.redalyc.org/pdf/122/12232821006.pdf>
- Bayona, E. (2011). Comercio y consumo en la periferia de la zona metropolitana de Guadalajara. *Revista de Antropología Experimental*, (11), 283-298.
<https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/1930/1680>
- Boucher, F., & Riveros-Cañas, R. A. (2017). Dinamización económica incluyente de los territorios rurales: alternativas desde los Sistemas Agroalimentarios Localizados y los Circuitos Cortos de Comercialización. *Estudios Latinoamericanos, Nueva Época*, (40), 39-58.
<https://revistas.unam.mx/index.php/rel/article/view/61580/54241>
- Bringel, B. (2015). Soberanía alimentaria: la práctica de un concepto. Global.
- Cabrero, E. (2007). La agenda de políticas públicas en el ámbito municipal: una visión introductoria. En E. Cabrero (ed.), *Políticas públicas municipales, una agenda en construcción* (pp. 13-48). CIDE.
- Contreras, J., Paredes, M., & Turbay, S. (2017). Circuitos cortos de comercialización agroecológica en el Ecuador. *Idesia*, 35 (3), 71-80. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34292017005000302>
- Córdova, J. A. (2014). *Factores de afectación de los tianguis en la deseabilidad de los locales comerciales establecidos* [Tesis de maestría]. Universidad Autónoma de Aguascalientes.
<http://bdigital.dgse.uaa.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/11317/276/394700.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Da Silva, V. I., & Martín, F. D. (2016). Soberanía alimentaria y cambio climático. *América Latina en Movimiento*, 512, 6-8. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/43362/CONICET_Digital_Nro.9d55b4d4-0890-4d40-ab73-62020e35ecaa_B.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Del Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2011). *Investigación: fundamentos y metodología*. Pearson Educación.
https://foroeducativa.com.mx/pdf/inv_fund_y_metodologia.pdf
- Flores, M. (2005). Tianguis, mercados y tenderetes en Jalisco. En L. A. Gonzales. (ed.), *Encuentros sociales y diversiones* (pp. 87-107). Editorial Ágata.
<https://sc.jalisco.gob.mx/sites/sc.jalisco.gob.mx/files/09encuentrossyd.pdf>

- García, R., Rappo, S. E., & Temple, L. (2016). Innovaciones socioambientales en el sistema agroalimentario de México: los mercados locales alternativos (tianguis). *Agroalimentaria*, 22(43), 1-23. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199251019007>
- Gómez, L., & Arellanes, N. (2018). Del huerto al mercado: especies vegetales y comerciantes en la Villa de Zaachila, Oaxaca, México. *Revista Mexicana de Agroecosistemas*, 5(1), 43-55. https://rmae.voaxaca.tecnm.mx/wp-content/uploads/2020/11/5-RMAE_2017-17-Huertos-To-edit.pdf
- Heinisch, C. (2013). Soberanía alimentaria: un análisis del concepto. En F. Hidalgo, P. Lacroix & P. Román (eds.), *Comercialización y soberanía alimentaria* (pp. 11-35). SIPAE. https://hal-agrocampus-ouest.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/794380/filename/2013_Heinisch_SA_analisis_concepto.pdf
- La Trobe, H. (2002). *Local food, future directions. A report for friends of the earth.*
- López-García, D. (2012). Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador. *Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*, (8), 20-24. https://ddd.uab.cat/pub/sobali/sobali_a2012m1n8/sobali_a2012m1n8p20.pdf
- Manzanero, G. I., Tapia, D., Vásquez, M. A., Sanchez, H. L., & Saynes, A. (2021). Diversidad de plantas comercializadas en el interior y exterior de cinco mercados de los Valles Centrales de Oaxaca. En S. Moctezuma & D. Sandoval (eds.), *Mercados y Tianguis en el siglo XXI. Repensando sus problemáticas* (pp. 222-240). Universidad Autónoma del Estado de México. http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/110543/Mercados_y_tianguis_en_el_siglo_XXI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mariscal, A., Ramírez, C. A., & Pérez, A. (2017). Soberanía y Seguridad Alimentaria: propuestas políticas al problema alimentario. *Textual: Análisis del Medio Rural Latinoamericano*, (69), 9-26. doi: <https://doi.org/10.5154/r.textual.2017.69.001>
- Molina-Luna, N. G., & Arellanes, Y. (2016). Intercambio de productos en mercados semanales de los Valles Centrales de Oaxaca, México. *Revista Etnobiología*, 14, (2), 92-99. <https://revistaetnobiologia.mx/index.php/etno/article/view/295/294>
- Ortega-Cerdá, M., & Rivera-Ferre, M. G. (2010). Indicadores internacionales de Soberanía Alimentaria: nuevas herramientas para una nueva agricultura. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, 14, 53-77. <https://raco.cat/index.php/Revibec/article/view/200507/268011>
- Ortiz, A. S., Vásquez, V., & Montes, M. (2005). La alimentación en México: enfoques y visión a futuro. *Estudios Sociales: Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 13(25), 8-34. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2056838.pdf>
- Reyes, M. (2020). *Caracterización y diseño de propuestas para la gestión de residuos sólidos urbanos comerciales del tianguis de Ixtlahuaca* (Tesis de licenciatura). Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Planeación Urbana y Regional. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/110294/UAEM-FAPUR-TESIS-MARITZA%20REYES%20ESCOBEDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez, G., Gil, J., & García, E. (1999). *Metodología de investigación cualitativa*. Ediciones Aljibe.
- Sandoval, S. A., & López, R. (2014). Programas y políticas de seguridad alimentaria en México: experiencias sexenales e indicadores de una estrategia fallida. *Revista de Trabajo Social - FCH - UNCPBA*, (12), 80-108. <https://revistaplazapublica.files.wordpress.com/2015/10/12-6.pdf>
- Santos, M. A., & Mendoza, E. A. (2009). El mercado tradicional de Miahuatlán de Porfirio Díaz y la participación de las mujeres. En A. C. Luna (coord.), *Género, sociedad y cultura. Análisis multidisciplinario de las dinámicas, históricas, culturales y psicológicas de las mujeres en la Sierra Sur Oaxaqueña* (pp. 87-106). Universidad de Málaga. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/503/index.htm>
- Scott, J. (1999). *Análisis del Programa de Educación, Salud y Alimentación (Progresar)*. CIDE.
- Tamayo, M. (1997). El análisis de las políticas públicas. En R. Bañón & E. Carrillo (ed.), *La nueva Administración Pública* (pp. 281-312). Alianza Editorial. <http://politicayplanificacionsocial.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/190/2012/04/Tamayo-Sez-M.-1997-El-analisis-de-las-politicas-pblicas-La-Nueva-Administracin-Pblica.-Madrid-Alianza..pdf>