



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA RURAL

MAESTRÍA EN CIENCIAS EN SOCIOLOGÍA RURAL

Tianguis Orgánico Chapingo; Círculo del Fraude y Causas Sociales que lo originan

TESIS

Que como requisito parcial
para obtener el grado de:

MAESTRO EN CIENCIAS EN SOCIOLOGÍA RURAL

PRESENTA:

CRISTOBAL JESUS CHAPA IGNACIO

Bajo la supervisión de: **Dra. Rita Schwentesius Rindermann**



Chapingo, Estado de México, agosto 2022



APROBADA



Tianguis Orgánico Chapingo; Circulo del Fraude y Causas Sociales que lo originan.

Tesis realizada bajo la dirección del Comité Asesor indicado, aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

MAESTRO EN CIENCIAS EN SOCIOLOGÍA RURAL

Directora:



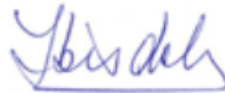
Dra. Rita Schwentesius Rindermann

Codirectora:



Dra. Belem Dolores Avendaño Ruíz

Asesora:



Dra. Ibis Hortensia Sepúlveda González

Asesora:



Dra. Gladys Martínez Gómez

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN GENERAL	1
2. MARCO TEÓRICO	4
2.1 Agricultura orgánica, fraudes y sociedad.....	4
2.1.1 Agricultura Orgánica en el mundo.....	4
2.1.2 Agricultura Orgánica en México	11
2.1.3 Normativa de la producción orgánica en México.....	14
2.1.4 El Consejo Nacional de Producción Orgánica y sus responsabilidades	16
2.2 Tipos de certificaciones orgánicas	17
2.2.1 El Sistema de Certificación Orgánica Participativa (SCOP):	18
2.2.2 Otras certificaciones (No orgánicas)	18
2.2.3 Redes alimentarias alternativas	19
2.3 Ubicación y descripción de la zona de estudio	21
2.3.1 Comité de Certificación Orgánica Participativa	22
2.3.2 ¿Cómo se ingresa al TOCh?	25
2.3.3 Permanencia y baja de Operadores del TOCh.....	29
2.3.4 Diversificación del comercio	30
2.3.5 Impacto de los integrantes y consumidores del TOCh	31
2.3.6. El papel de la Universidad Autónoma Chapingo en el desarrollo y fortalecimiento del TOCh	32
2.3.7 Otros espacios de comercio “alternativos” y la duplicidad del TOCh.....	34
2.4 EL FRAUDE Y OTRAS DEFINICIONES	39
2.4.1 Diferencia entre fraude, engaño, traición, mentira, y estafa	40
2.4.2 Compadrazgo, Padrinazgo, y Clientelismo	43
2.5 Figuras del fraude	46
2.5.1 El triángulo del fraude	46
2.5.2 El cuadrado o Diamante del fraude.....	46
2.5.3 Árbol del fraude	47
2.5.4 CÍRCULO DEL FRAUDE	48

2.6 Casos de fraude en la producción orgánica y en organizaciones sociales ..	50
2.6.1 Estados Unidos y los casos de la Soya.....	50
2.6.2 Bayas en Chile	51
2.6.3 Reino Unido – Alemania producción de huevo.....	51
2.6.4 Pistacho orgánico en España	52
2.6.5 Bio-Incident Italia (2007-2011)	52
2.6.7 Falsificación de certificados orgánicos México.....	53
2.6.8 El fraude en las organizaciones campesinas	55
2.7 Medidas de prevención del fraude	57
3. METODOLOGIA.....	58
3.1 Enfoque de la investigación	58
3.2 Unidad de análisis y ubicación	59
3.3 Obtención de la información.....	59
3.4 Trabajo de campo	60
3.5 Procesamiento y análisis de la investigación.....	61
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	63
4.1 Evaluación de riesgos de fraude en 2022 y su comparación con 2019	63
4.1.1 Comparación de operadores vigentes en ambos periodos de evaluación	65
4.2 Actualización al modelo círculo del fraude, sus elementos y definiciones....	67
4.3 Reorganización de los elementos del círculo del fraude.....	67
4.4 Definición de cada punto que integra al círculo del fraude	69
4.5 Evaluación con el círculo del fraude para detección de riesgos con operadores del TOCh	71
4.5.1 Legislación complicada.....	71
4.5.2 Oferta/demanda.....	72
4.5.3 Ingreso económico	74
4.5.4 Gobierno ausente	75
4.5.5 Mentira verde.....	76
4.5.6 Oportunidad.....	79

4.5.7	Carácter personal	80
4.5.8	Expansión desorganizada.....	83
4.5.9	Interés y Desconocimiento.....	84
4.5.10	Interacciones observadas entre los elementos del círculo del fraude..	85
4.6	Percepción de los consumidores respecto a la producción orgánica y los riesgos de incumplimientos.....	87
5.	CONCLUSIONES	89
6.	RECOMENDACIONES.....	90
7.	LITERATURA CITADA	92
8.	APÉNDICES.....	102

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Tierras agrícolas Orgánicas a nivel mundial, existentes en 2020	5
Cuadro 2: Emisión y fecha de documentos relacionados con la agricultura orgánica en México.	15
Cuadro 3: Certificados falsos identificados por USDA Organic.....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Crecimiento de la Agricultura orgánica periodo 2000-2020	7
Figura 2: Crecimiento de la Agricultura orgánica por continente periodo 2000-2020	8
Figura 3: Países con mayor crecimiento en extensión orgánica	9
Figura 4: Los 10 países con mayor área de apicultura y recolección orgánica silvestre.....	10
Figura 5: Estadísticas de la operación orgánica nacional.	12
Figura 6: Extensión de tierra certificada en México 2015-2020	14
Figura 7: Producto ofertado como orgánico sin el cumplimiento adecuado	20
Figura 8: Uso del término orgánico sin el cumplimiento adecuado	21
Figura 9: Entrada Principal Tianguis Orgánico Chapingo	22
Figura 10: Instalaciones del TOCh en sus inicios.	33
Figura 11: Entrada y techo del TOCh en sus inicios.	34
Figura 12:Espacio alternativo de venta operadores del TOCh.....	36
Figura 13:Oficio entregado por la Delegación del Pueblo Cooperativo	37
Figura 14:Perfiles de redes sociales que se hacen llamar Tianguis Orgánico Chapingo	38
Figura 15: Jerarquía de elementos negativos.....	42
Figura 16: Árbol del fraude	47
Figura 17: Círculo del fraude presentado en 2019.....	49
Figura 18: Porcentaje de riesgo de fraude TOCh 2019	63
Figura 19: Porcentaje de riesgo de fraude TOCh 2022	64
Figura 20: Comparación de riesgos en operadores activos presentes en 2019&2022.	66
Figura 21: Actualización del Círculo del fraude 2022.....	68
Figura 22: Oferta y autoconsumo en el TOCh	73
Figura 23: Porcentaje de producto sobrante.....	74
Figura 24: Oferta de productos verdes y espacios alternativos.	78
Figura 25: Factores de la personalidad	81

Figura 26: Percepción del ambiente y comunicación de los operadores con el comité de CCOP	82
Figura 27: Interacción de los elementos del círculo del fraude	86
Figura 28: Palabras con las que se asocia a la producción orgánica.....	88

LISTA DE APÉNDICES

Apéndice 1: Instrumento de Evaluación Rápida de Riesgo de Fraude	102
Apéndice 2: Archivo fotográfico	105

ABREVIATURAS USADAS

CCOP	Comité de Certificación Orgánica Participativa
CIESTAAM	Centro de Investigaciones Económicas Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial
CNPO	Consejo Nacional de Producción Orgánica
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
FIBL	Instituto de Investigación para la Agricultura Orgánica
IFOAM	Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica
LOOAA	Lineamientos para la operación orgánica
LPO	Ley de Productos Orgánicos
OGMs	Organismos Genéticamente Modificados
ONG's	Organizaciones No Gubernamentales
SADER	Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural
SAGARPA	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural Pesca y Alimentación
SENASICA	Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria
TOCh	Tianguis Organico Chapingo
USDA	Departamento de Agricultura de los Estados Unidos
USDA ORGANIC	Departamento de Agricultura Orgánica de los Estados Unidos

DEDICATORIAS

A mi madre por el apoyo incondicional en mi búsqueda del entendimiento del ser y el desarrollo en todos los ámbitos de mi vida.

A la Universidad Autónoma Chapingo por ser un espacio para el desarrollo del pensamiento, la identidad, y el desarrollo del ser humano

A cada uno de los integrantes del Tianguis Organico Chapingo por mostrarme su apoyo, su guía, por ser un vínculo entre la academia con la realidad y por darme un motivo para siempre tener algo en que pensar.

A mi gran amigo Carlos Becerril por siempre estar dispuesto a apoyarme ante cualquier situación y por qué su avance motiva mi avance

A mis amigos Miguel, Rafa, Marcelo, Denisse, Tuna, porque cada uno ha sido parte importante para poder llegar a este punto de mi vida.

A grandes personas que han sido guía, maestros, y apoyo en este proceso
Valentina Trueba, David Romero, Talina Guerrero, Dolores Saavedra, y Jesús Vargas, gracias por estar ahí.

AGRADECIMIENTOS

A la universidad autónoma Chapingo por permitir continuar mis estudios de posgrado.

Al departamento de sociología rural por ser el espacio de formación para lograr mis estudios de Maestría.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por otorgar el financiamiento que permitió esta investigación y mi estudio de posgrado.

A la Dra. Rita Elise Dora Schwentesius Schunemann de Rindermann por ser un faro que guía a las mentes que están deseosas de aprender, por ser amiga, maestra que siempre contribuye a la formación académica y al desarrollo como ser humano.

A mis asesoras Dra. Belem Avendaño, Dra. Gladys Martínez y Dra. Ibis Sepúlveda por aceptar ser parte de esta investigación y etapa en mi vida.

A los Doctores Benjamín Hernández, Tomas Rivas y la Dra. Guadalupe Godínez, por el apoyo y la guía en esta investigación.

A los responsables, operadores y todos los que participan en el Tianguis Organic Chapingo por permitirme desarrollar esta investigación.

DATOS BIOGRÁFICOS



Datos personales

Nombre: Cristóbal Jesús Chapa Ignacio

Fecha de nacimiento: 03 de enero de 1996

Lugar de nacimiento: Teziutlán, Puebla

CURP: CAIC960103HPLHGR07

Profesión: Ingeniero en Agroecología

Cédula profesional: 12391490

Desarrollo académico

Bachillerato Bachillerato General Oficial “Jesús Silva Herzog”.
Kilómetro 1, carretera Teziutlán, S/N, La Lima,
Tenampulco Puebla.
(2011-2014)

Licenciatura Ingeniería en Agroecología. Universidad
Autónoma Chapingo
(2015-2019)

RESUMEN GENERAL

Tianguis Orgánico Chapingo; Círculo del Fraude y Causas Sociales que lo originan.

En México la “producción orgánica” está regulada por la Ley de Productos Orgánicos desde el año 2006; utilizar este término legal sin el cumplimiento adecuado de la ley y sus reglamentos, constituyen el delito de “fraude”. Esta investigación tuvo como objetivos hacer una evaluación de los riesgos de fraude en el periodo de agosto de 2020 a mayo de 2022; para compararlo con lo reportado en 2019 en el Tianguis Orgánico Chapingo; conocer los cambios en el proceso de Certificación Orgánica Participativa; proponer actualizaciones al concepto de círculo del fraude y precisar en qué puntos de éste hay una mayor incidencia por parte de los operadores. Se utilizó el método etnográfico, con estadística descriptiva para el análisis de datos. Los resultados mostraron que el riesgo de fraude disminuyó un 50% con respecto a 2019. Las principales causas sociales que originan los riesgos de fraude de 23 participantes fueron: el 31% no entienden la ley, el 100% señalan que el ingreso les es insuficiente y el 86% tienen otros ingresos, 48% declaran que busca cualquier alternativa en la oferta de los productos para no perder a sus clientes. Las interacciones que se relacionan en el círculo del fraude son: es 72% del total de los productores que están dispuestos a vender lo que sea para no perder a sus clientes, no comprenden la ley; así mismo, el 47% que declara ingresos insuficientes no comprende la ley y está dispuesto a no perder a los clientes. Lo anterior demuestra que, todos los elementos de forma aislada o conjunta implican un riesgo de fraude; sin embargo, si interactúan implican un riesgo de fraude significativo, y deben ser atendidos de forma preventiva y/o correctiva.

Palabras Claves: Producción orgánica, certificación participativa, Fraude, Círculo del fraude.

Tesis de Maestría en Ciencias en Sociología Rural. Universidad Autónoma Chapingo

Autor: Cristóbal Jesús Chapa Ignacio

Director de Tesis: Rita Schwentesius Rindermann

ABSTRACT

Tianguis Orgánico Chapingo; fraud circle and social causes originating it

In Mexico, "organic production" has been regulated by the Organic Products Law since 2006. The inappropriate use of this legal term constitutes the crime of "fraud." This research aim was to make a fraud risk evaluation from August 2020 to May 2022 to compare it with what was reported in 2019 in Tianguis Orgánico Chapingo; to identify changes in the Participatory Organic Certification process, propose updates to the fraud circle and determine, within this circle, where the greatest incidence takes place by the operators. An ethnographic method was used with descriptive statistics for data analysis. Results showed that the fraud risk decreased by 50% compared to 2019. The main social causes that originate the fraud risks in 23 participants were: 31% don't understand the law, 100% indicate that the income is insufficient and 86% have other incomes, 48% declare they look for any alternative to supply products, so they do not lose their clients. The interactions related in the fraud circle are: 72% form the total number of producers who are willing to sell anything to retain their clients do not understand the law, likewise 47% of those who declare insufficient income do not understand the law and are not willing to lose customers. The previous information shows that all the elements, individually or jointly, denote fraud risk, however, their interaction implies a significant fraud risk and must be addressed preventively and/or correctively.

Key words: organic production, participatory certification, fraud, fraud circle.

Thesis, Maestría en Ciencias Sociología Rural. Universidad Autónoma Chapingo

Author: Cristóbal Jesús Chapa Ignacio

Advisor: Rita Schwentesius Rindermann

1. INTRODUCCIÓN GENERAL

En México la producción orgánica está regulada de manera legal desde el año 2006, a partir de la entrada en vigor de la “Ley de Productos Orgánicos”, que en su Art. 24 reconoce la Certificación Orgánica Participativa a pequeños productores organizados y la venta de su producción en un espacio determinado siempre y cuando cumpla con lo establecido en la Ley (SENASICA, 2020)

Se entiende como “Producto Orgánico” a los productos vegetales, animales o derivados, que se cultivan o crían con sustancias naturales sin utilizar plaguicidas ni fertilizantes artificiales, entre otros químicos (SADER, 2019).

La Producción Orgánica al estar regulada de manera legal, implica que el incumplimiento de la norma o utilizar la denominación sin el cumplimiento adecuado, puede llegar a constituir el delito de “fraude” (LPO, 2006). El fraude se cataloga como un “Acto tendente a eludir una disposición legal en perjuicio del Estado o de terceros” (RAE, 2021)

El Tianguis Orgánico Chapingo (TOCh) fue fundado e inaugurado el 15 de noviembre del 2003 (Schwentenius, 2019) como un proyecto que, mediante la Certificación Orgánica Participativa reúne a productores, transformadores y comercializadores de alimentos orgánicos, para ofertar una canasta básica de alimentos sanos y seguros, promover el comercio local y promover la agricultura orgánica.

El presente trabajo de investigación se planteó como objetivo hacer una evaluación de los riesgos de fraude en el periodo de agosto de 2020 a mayo de 2022, para compararlo con lo reportado en 2019 en el Tianguis Orgánico Chapingo, conocer los cambios en el proceso de Certificación Orgánica Participativa, así como proponer actualizaciones al Círculo del Fraude y determinar en qué puntos de este hay una mayor incidencia por parte de los operadores. Finalmente se plantearon alternativas enfocadas en la mejora del TOCh y en el fortalecimiento del sector orgánico. Partió de la hipótesis que, se observarían cambios en los riesgos de

fraude de la Producción Orgánica del Tianguis Orgánico Chapingo (TOCh) de junio 2019 a mayo 2022 y que podían ser asociados a los elementos que definen el Círculo del Fraude.

El cumplimiento de la legislación en la producción orgánica implica retos. Para esto es necesario retomar la propuesta de Chapa (2019) que refiere al “Círculo del Fraude” para fortalecer y dar continuidad al estudio de identificación de riesgos, y en su caso, prevenir el fraude.

La Producción Orgánica ha sido uno de los sectores económicos de más rápido crecimiento en la agricultura, durante más de 5 décadas. En 2017 las ventas orgánicas en los EE. UU. fueron de \$ 50 mil millones de dólares; las cifras muestran un crecimiento del 6.4% para productos alimenticios orgánicos contra un crecimiento del 1.1% para productos alimenticios no orgánicos (USDA ORGANIC, 2022).

El fraude ocurre cuando un producto es vendido como orgánico, cuando éste no está certificado (Elzakker, 2005). El fraude se da únicamente por incumplimiento de la norma, en cualquier etapa del proceso de certificación; ya sea en la producción, almacenamiento, distribución o venta. Se busca la mitigación del fraude en cualquiera de estas etapas a través de la inspección por visitas no anunciadas de especialistas en producciones de mayor interés y volumen, dejando de lado las pequeñas unidades productivas (USDA, 2022). Aún con estas medidas se siguen presentando diversos casos de fraude, debido a que no se plantea una alternativa real a las causas que lo originan, que permita actuar de manera anticipada al identificar alertas de futuros incumplimientos y no como una respuesta al incumplimiento una vez cometido.

En 2017, “Organic Real Project” señaló que en la Producción Orgánica se generan diferentes tipos de fraudes, que distan de los principios con los que originalmente se pensó a la agricultura orgánica (Prince, 2018)

Esta investigación propone alternativas de las medidas adoptadas para disminuir el riesgo de fraude, no sólo enfocado al endurecimiento de las normas, o del refuerzo y documentación de los productos que se reconocen como orgánicos. También

ofrece alternativas para entender los motivos principales por los que un productor o grupo de productores cumple o no la normativa.

Por considerarse un tema emergente en los diferentes países que producen orgánicos, esta investigación busca retomar la discusión para entender el fenómeno del fraude y sus implicaciones sociales, económicas y productivas, lo cual resulta relevante para poder seguir las medidas que más se ajusten a mitigar el problema en los diferentes sectores de la cadena de producción orgánica.

Para cumplir con los retos planteados en esta investigación se propusieron objetivos específicos que permitieran profundizar el análisis y el planteamiento de posibles alternativas:

- Realizar una evaluación del riesgo de fraude en 2022 respecto a lo reportado por Chapa et al en 2019.
- Definir cada elemento del círculo del fraude, para actualizar el modelo propuesto por Chapa et al en 2019.
- Visualizar la situación actual en la que los operadores vigentes, responden a los elementos replanteados en el círculo del fraude.
- Realizar una propuesta de alternativas con respecto a lo obtenido para el fortalecimiento del TOCh y del sector orgánico.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Agricultura orgánica, fraudes y sociedad

A lo largo de los años cada país ha desarrollado un concepto de lo que es la Agricultura Orgánica lo que en ocasiones generaba algunas confusiones. Es por eso por lo que en septiembre de 2005 la asamblea general de IFOAM-Organics international aprobó una moción para establecer una definición breve, concisa y precisa de Agricultura Orgánica y después de tres años de trabajo se conceptualizó como:

“Un sistema de producción que sustenta la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa en procesos ecológicos, biodiversidad y ciclos adaptados a las condiciones locales, más que en el uso de insumos con efectos adversos. La Agricultura Orgánica combina tradición, innovación y ciencia para beneficiar el medio ambiente compartido y promover relaciones justas y buena calidad de vida para todos los involucrados” (IFOAM,2008)

2.1.1 Agricultura Orgánica en el mundo

La agricultura orgánica a nivel mundial ha presentado crecimientos como ningún otro sector (Cuadro 1). Para el año de 2020 en el mundo se tenía un reporte de 74.9 millones de hectáreas manejadas de manera orgánica, Oceanía se ha consolidado como la región con más tierras agrícolas certificadas, con una extensión de 35.9 millones de hectáreas, seguida por Europa, América Latina, Asia, América del Norte y África (17.1, 9.9, 6.1, 3.7, 2.2 millones de hectáreas; respectivamente (The World Organic, 2022).

Cuadro 1: Tierras agrícolas Orgánicas a nivel mundial, existentes en 2020

Región	Extensión de tierras orgánicas (hectáreas)	Porcentaje de representación mundial
África	2,086,859	2.80
Asia	6,146,235	8.20
Europa	17,098,134	22.80
América Latina	9,949,461	13.30
Norte América	3,744,163	5.00
Oceanía	35,908,876	47.90
Total-Mundial	74,926,006	100

Fuente: Elaboración propia con datos de: the World of Organic Agriculture Statistics & Emerging Trends 2022

Es de suma importancia reconocer el avance que ha tenido la producción orgánica en el mundo ya que esto nos permite vislumbrar que es una actividad que se mantiene en constante movimiento, y que los agricultores deben estar siempre atentos para hacer frente a los retos que este tipo de producción demande. Un ejemplo de esto es que se ha comenzado a considerar las áreas dedicadas a la recolección para su verificación como superficies orgánicas.

Con respecto a los productores se tiene un registro de más de 3,4 millones de productores orgánicos en todo el mundo. El país con más productores orgánicos es India, seguido por Etiopia y Tanzania (The World Organic, 2022)

Con respecto a las granjas o unidades productivas, mantener un dato preciso sigue siendo difícil ya que algunos de los países sólo reportan el número de empresas, proyectos o grupos de productores que tienen registrados con ellos, mas no todos

los que existen en la región. Esto es un problema puesto que algunos proyectos que no estén registrados pueden comprender muchos productores individuales y esto altera los datos; otro aspecto es que los datos sobre recolección silvestre no son incluidos por algunas regiones dejando la duda si es que existen o solo no están incluidos. Además de que cuando se incluyen datos por cultivo pueden existir superposiciones en productores que cultiven más de un producto en la misma extensión de tierra (The World Organic, 2022).

La comunidad orgánica siente tanto enojo como tristeza cuando los productos no orgánicos son ofertados como orgánicos. Los verdaderos-productores orgánicos como Dave Campbell, agricultor orgánico de Illinois, ha experimentado grandes pérdidas económicas debido a que sus cultivos legítimos fueron reemplazados por granos cuestionables a precios más baratos. Él declara: “He sido optimista sobre el mercado orgánico durante las muchas décadas que he estado cultivando maíz y soya orgánicos, pero las recientes ventas orgánicas fraudulentas por parte de operadores nacionales y extranjeros han disminuido mi optimismo” (OFA, 2020).

Mantener datos actualizados sobre la producción orgánica representa un reto que involucra a diferentes actores al rededor del mundo, para lograr esto el Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica (FiBL) en colaboración con la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) cada año presentan el libro the World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends, donde en colaboración con investigadores y gobiernos de los diferentes países proporcionan datos acordes a sus registros lo que permite monitorear como crece este sector. En la Figura 1 se observa el crecimiento (0.8% promedio anual) y participación a nivel mundial de la agricultura orgánica en los 20 años (2000-2020).

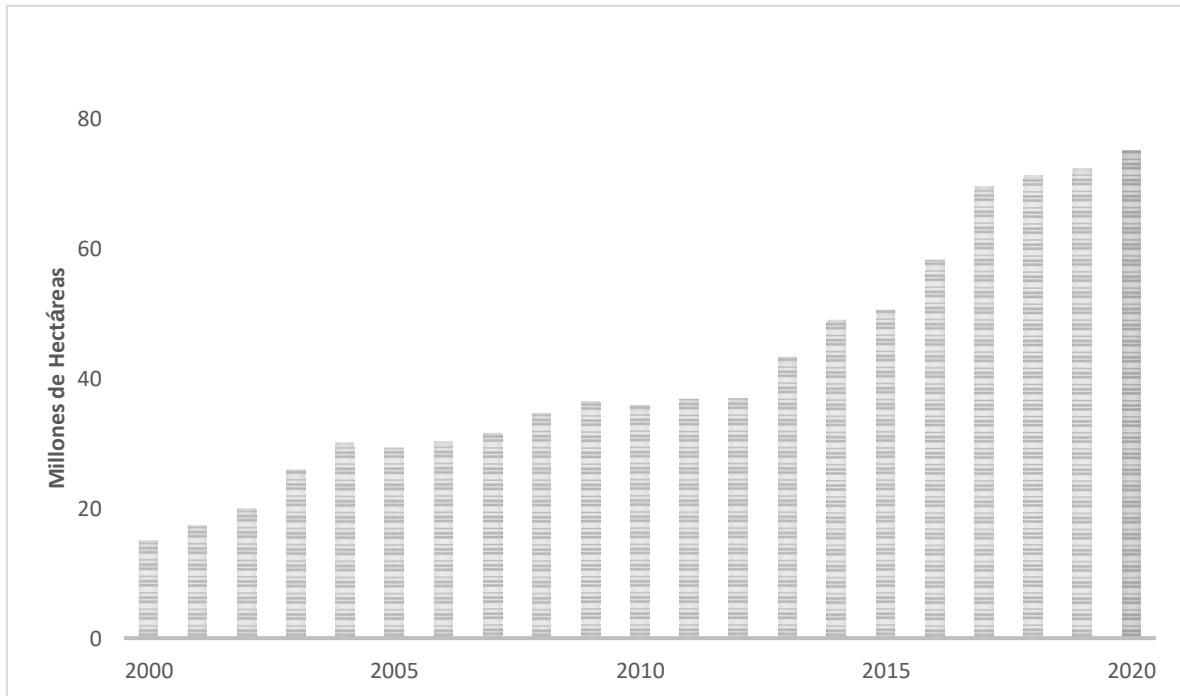


Figura 1: Crecimiento de la Agricultura orgánica periodo 2000-2020

Fuente: The World of Organic Agriculture Statistics & Emerging Trends 2022

El crecimiento de la agricultura orgánica se ha medido por continente. Europa y Oceanía son los continentes que han mostrado un mayor crecimiento en 20 años con respecto al resto del mundo (Figura 2).

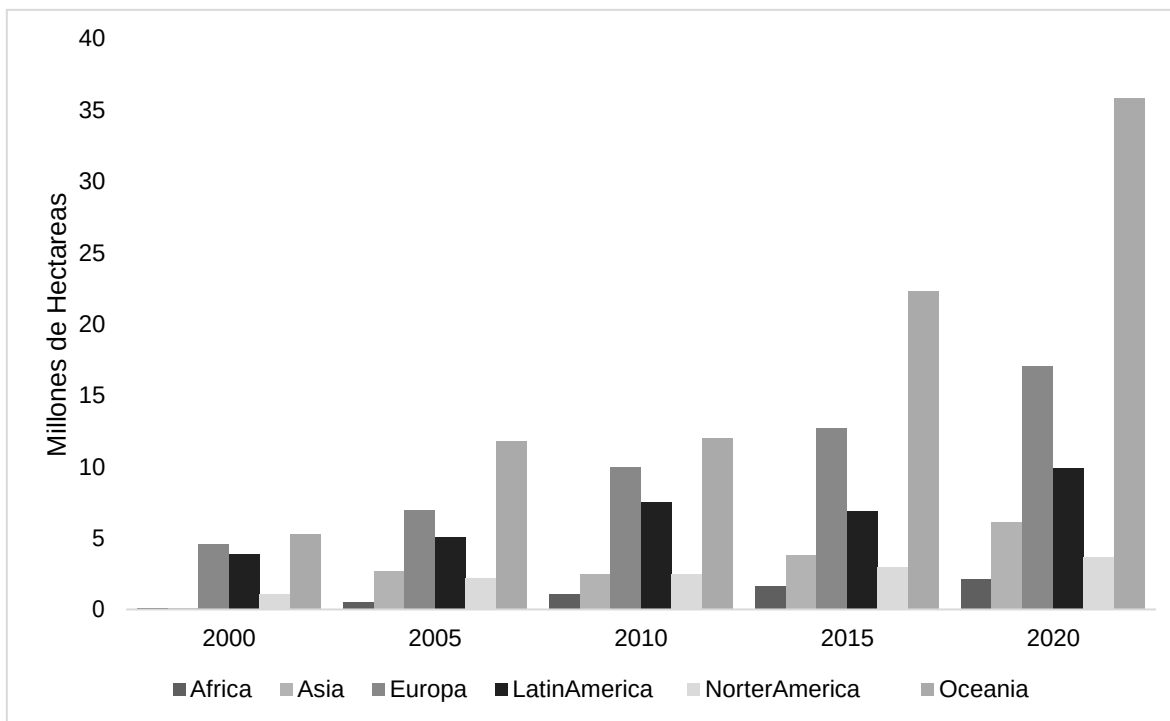


Figura 2: Crecimiento de la Agricultura orgánica por continente periodo 2000-2020

Fuente: The World of Organic Agriculture Statistics & Emerging Trends 2022

Los datos de crecimiento en extensión muestran los 10 países con una mayor cantidad de tierras destinadas a la agricultura orgánica reportadas en miles de hectáreas, es importante resaltar que estos datos están basados en datos de organismos gubernamentales, el sector privado y certificadoras de cada país (Figura 3).

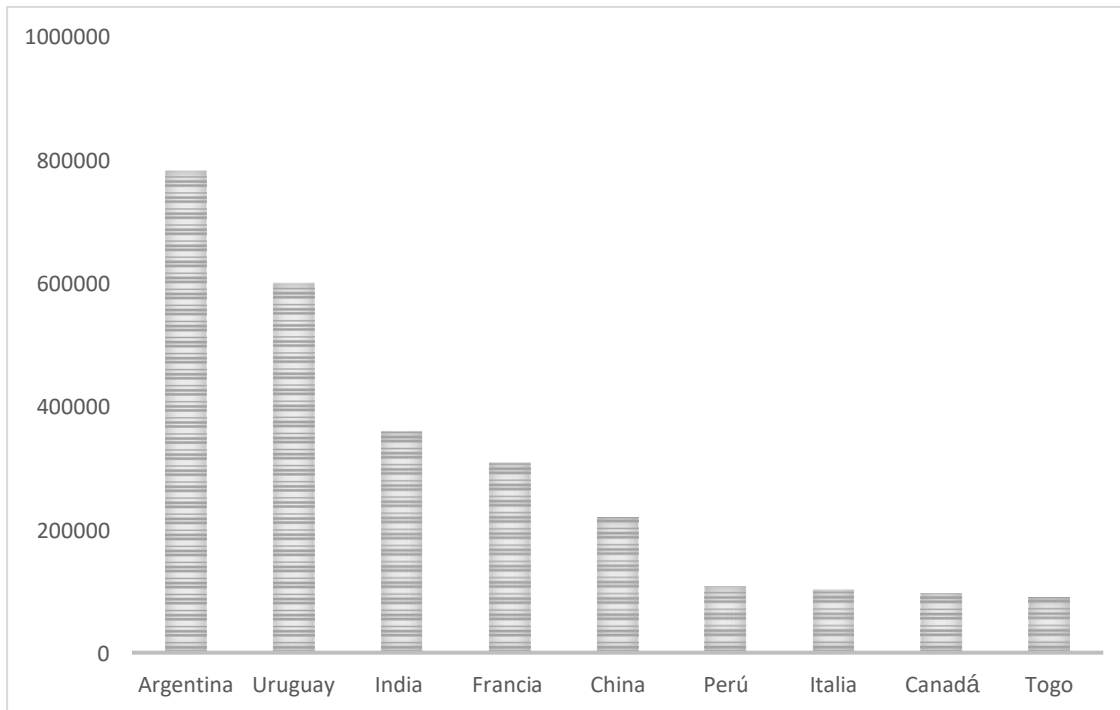


Figura 3: Países con mayor crecimiento en extensión orgánica

Fuente: The World of Organic Agriculture Statistics & Emerging Trends 2022

América Latina es la tercera región en crecimiento a nivel mundial (figura 3), sin embargo; México no ha tenido un crecimiento a la par de otros países del mundo, a pesar de ello tiene áreas de la producción orgánica sobresalientes, como es el caso de la superficie destinada a la apicultura y recolección orgánica silvestre, como se reportó en 2020 (Figura 4) (The World Organic, 2022)

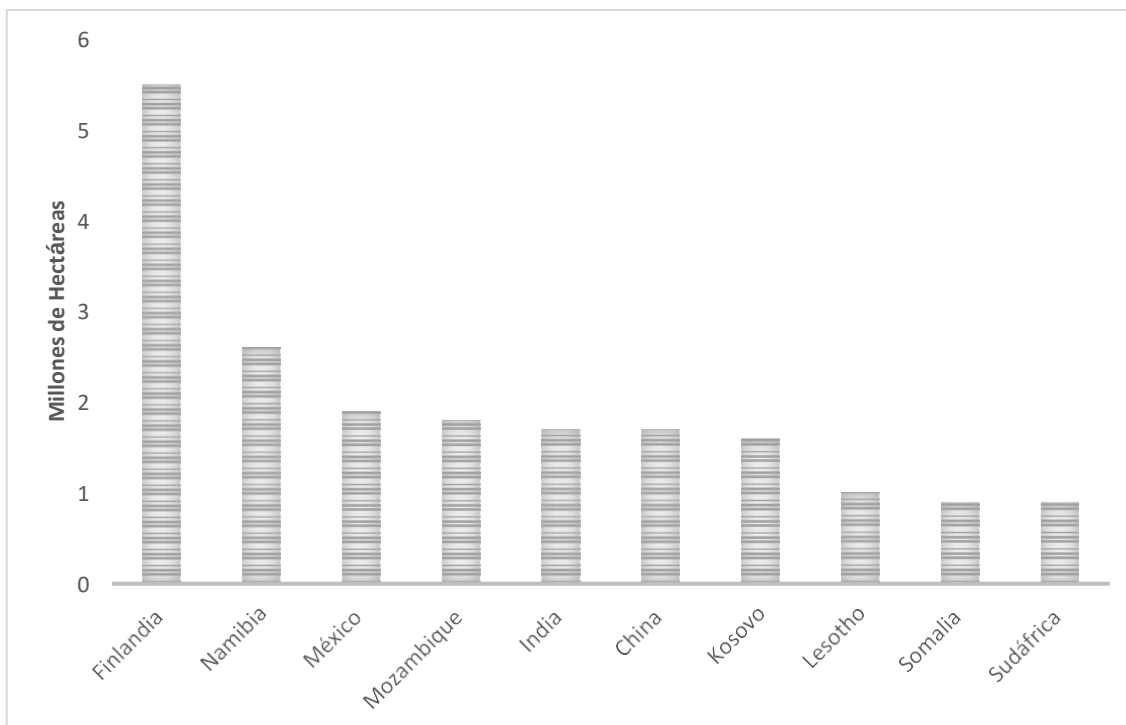


Figura 4: Los 10 países con mayor área de apicultura y recolección orgánica silvestre.

Fuente: The World of Organic Agriculture Statistics & Emerging Trends 2022

La responsabilidad de proporcionar los datos para participar en la encuesta mundial de agricultura orgánica es principalmente de las instancias federales encargadas en temas de agricultura, ganadería y medio ambiente de cada país. Aun así, algunos países se apoyan en las empresas dedicadas a la certificación, otros se apoyan de las universidades, inclusive de las iniciativas registradas en el país (The World Organic, 2022).

En algunas ocasiones los datos se consideran aproximados, ya que algunos de los países solo reportan el número de empresas, proyectos o grupos de productores que tienen registrados, mas no todos los que existen en la región; lo que representa un problema puesto que algunos proyectos que no estén registrados pueden estar formados por muchos productores individuales.

2.1.2 Agricultura Orgánica en México

A finales de la década de los años 80's, países desarrollados comenzaron a demandar productos agrícolas que no podían cultivar, que fueran producidos de forma orgánica; es por lo anterior que se da un estímulo a la producción orgánica en México. A través de algunas comercializadoras, ONG's y grupos religiosos se fomentó en México la apropiación de esta nueva forma de producir, para complementar y diversificar una demanda creada en el exterior (Zamilpa et al., 2015).

A nivel mundial, México ocupa el 25º lugar por superficie orgánica, el cuarto en la producción de café orgánico y el tercero en recolección silvestre (The World of Organic Agriculture, 2021).

La comercialización de los productos orgánicos se ha diversificado, con los tianguis, mercados orgánicos, tiendas naturistas y establecimientos especializados, además se encuentran en las cadenas de supermercado, así como espacios de venta convencionales (PROFECO, 2018).

El Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) reporta que en México existe un total de 24,057 productores orgánicos, con una superficie de 177,142 hectáreas, las cuales están divididas en 44,389 hectáreas dedicadas a la recolección, y 132,754 ha. destinadas para la producción vegetal, con un total de 1, 614 operaciones (proyectos dedicados a la producción orgánica) registradas (SENASICA, 2022).

Con respecto a la producción animal se reporta que el número de productores es de 1310, con un total de 38 operaciones registradas, donde destacan los estados de Chiapas, Puebla y Campeche. Los principales productos registrados como orgánicos son: miel, carne y huevo (SENASICA, 2022)

Los responsables de la estadística de la producción orgánica se apoyan en diferentes certificadoras que cuentan con su reconocimiento y que de "buena fe" proporcionan los datos de las operaciones o áreas que tienen certificadas.

A partir del año 2016, los responsables de coleccionar y realizar la estadística nacional de la producción orgánica cambiaron, ya que en un principio los datos eran reportados por la Universidad Autónoma Chapingo y desde el año 2017 los datos fueron reportados por SADER y SENASICA lo que implica que puedan existir incongruencias en la comparación de crecimiento en extensión, además de que los datos proporcionados actualmente solo incluye a los operadores con tierra destinada a cultivos específicos y los datos de pequeños productores no se encuentran disponibles (The World of Organic Agriculture, 2021).

Retomando lo mencionado en el libro de la estadística mundial sobre el cambio en el registro datos y las inconsistencias que esto llega a generar, hay más detalles que se pueden mencionar, incongruencias presentes en las páginas oficiales de compilación de datos de las instancias encargadas; el primer ejemplo es la forma en que se presentan los datos de la producción orgánica en México (Figura 5).



Figura 5: Estadísticas de la operación orgánica nacional.

Fuente: SENASICA: Operación Orgánica Nacional.

<https://dj.senasica.gob.mx/SIAS/Statistics/Inocuidad/OperacionOrganicalNa>

Esto deja abierta una posibilidad en los ámbitos de cumplimiento para que dependiendo las situaciones se genere un riesgo que cause confusión y pudiese llevar al fraude, además de que existen diferencias de opiniones por parte de encargados de instancias responsables de la producción orgánica en el país, ya que por un lado la directora general de Inocuidad Alimentaria, Acuícola y Pesquera del SENASICA, Amada Vélez Méndez habla de que:

“Los lineamientos fortalecen al sector orgánico, robustecen la operación del Sistema de Control, además de que se armoniza con la regulación orgánica internacional y coloca a México entre los tres primeros países de América Latina que cuentan con estándares para la acuicultura orgánica” (SADER, 2020).

Por otro el secretario de Agricultura a nivel federal, Víctor Villalobos Arámbula señala que:

“El tema de la certificación tiene que ser un tema que tiene que ser muy vigilado, la verdad es que hay mucha charlatanería respecto a que es muy común ponerle orgánico a todo, incluyendo la propia semilla que, de entrada, si es una semilla importada, tiene que ser fumigada y ya de entrada no es orgánica, por eso son caras las certificaciones”

Aún con esta declaración especificó no estar en contra de lo orgánico, al contrario, dijo impulsar la misma e incrementar a los productores (Magallanes, 2022).

Las contradicciones de las que se habló respecto a los datos se refuerzan cuando se grafica la forma en que varía el patrón de crecimiento conforme cambian los encargados de reportar los datos, tal como se muestra en la Figura 6, en la cual se presenta una comparación de lo registrado en la extensión de tierra certificada en México del año 2015.

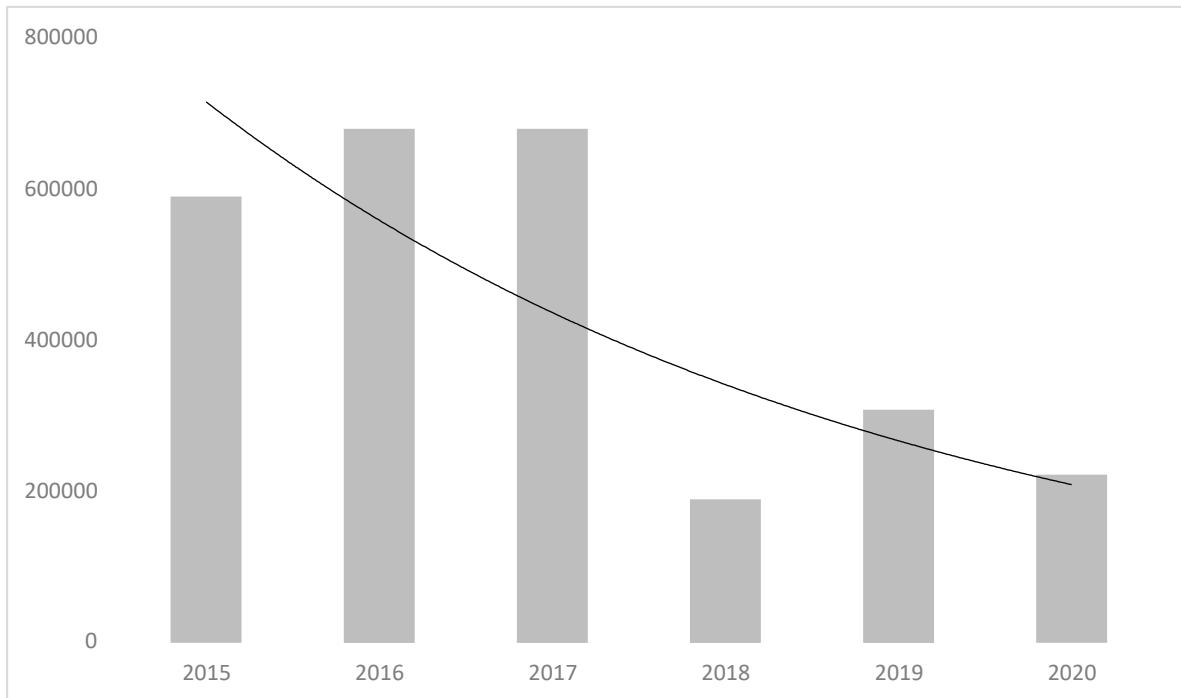


Figura 6: Extensión de tierra certificada en México 2015-2020.

Fuente: Elaboración propia con datos de “the World of Organic Agriculture” ediciones 2017 a 2022.

2.1.3 Normativa de la producción orgánica en México

Ante la tasa de crecimiento de los productos orgánicos en México y después de múltiples reuniones con la cámara de senadores del país, el 25 de noviembre de 2003, la Mesa Directiva del Senado de la República turnó a las Comisiones Unidas de Agricultura, Ganadería y de Estudios Legislativos, la Iniciativa de Proyecto de Ley de Productos Orgánicos, para su estudio y dictamen, presentada en la sesión de la misma fecha por el Senador Ricardo Gerardo Higuera del Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática (Senado de la República, 2005).

El marco normativo para la producción orgánica en México se empezó a gestar hace casi 20 años. El sector orgánico, representado por productores, comercializadores, procesadores, la academia, organismos de certificación y consultores en conjunto con la autoridad competente, comenzaron a dar forma a este marco, por medio del diálogo (Kiwa, 2017).

El marco normativo consta de la Ley de Productos Orgánicos (LPO), el Reglamento a la Ley de Productos Orgánicos, los lineamientos para el uso del distintivo nacional de los productos orgánicos y los lineamientos para la operación orgánica (LOOAA) de las actividades agropecuarias, como se muestra en el Cuadro 2, a lo largo de los años también se han realizado incorporaciones de manuales, así como actualizaciones a los lineamientos para la producción orgánica.

Cuadro 2: Emisión y fecha de documentos relacionados con la agricultura orgánica en México.

Documento Legislativo	Año de emisión
Ley de Productos Orgánicos	07 de febrero del 2006
Reglamento a la Ley de Productos Orgánicos	01 de abril de 1010
Lineamientos para el uso del distintivo nacional de los productos orgánicos	25 de octubre de 1013
Lineamientos para la Operación Orgánica de las actividades agropecuarias	29 de octubre de 2013
Manual De Identidad Gráfica Del Distintivo Nacional De Productos Orgánicos	03 de diciembre de 2021
ACUERDO por el que se modifican, adicionan y derogan diversas disposiciones del diverso por el que se dan a conocer los Lineamientos para la operación orgánica de las actividades agropecuarias, publicado el	08 de junio de 2020

Fuente: Elaboración propia con datos de SENASICA, 2022.

El objeto de todos estos documentos legales es promover y regular los criterios, así como los requisitos para la conversión, producción, procesamiento, elaboración,

preparación, acondicionamiento, almacenamiento identificación, empaque, etiquetado, distribución, entre otras actividades, estas normas pretenden cubrir la producción agrícola, pecuaria, insectos, así como la recolección silvestre, apicultura y la clase fungi (KIWA, 2017)

Lorenzo Nigo consultor independiente y consultor asociado de México Orgánico, S.C explica que la producción organica abarca a todos los actores, individuales, familiares, las organizaciones, grandes productores, pero también a los pequeños productores por medio del artículo 24 donde se reconoce la certificación orgánica participativa, de la cual se abordara más adelante, lo que se comparte como regla general es que se prohíbe expresamente el uso de transgénicos (OGMs) (KIWA, 2017)

Dentro de la legislación se incluyendo la utilización del Distintivo Nacional, esto para poder tener clara la identificación de los productos que cumplen con los criterios de la producción orgánica, para mantener la credibilidad de los consumidores y evitar perjuicios o engaños; De igual forma se señala que el proceso de certificación se realizará por organismos de certificación aprobados por la SADER, a través del SENASICA, que a su vez debe verificar el cumplimiento de la LPO (SADER, 2020).

2.1.4 El Consejo Nacional de Producción Orgánica y sus responsabilidades

Ante la creciente demanda de la producción orgánica en el país se piensa en un órgano para articular los diversos intereses de los actores que forman parte de la producción orgánica, tanto para la integración y construcción de una oferta efectiva capaz de hacer frente a las demandas del mercado, como para hacer valer su voz en la formulación de mejores programas y políticas públicas que fortalezcan, motiven y hagan crecer este emergente sector, es así como en el año 2007 se forma el Consejo Nacional de Producción Orgánica (CNPO) el cual se mantiene vigente (Rivera, 2012)

Una de las principales funciones es actuar como soporte y apoyo para el buen cumplimiento de lo establecido en la ley de productos orgánicos, así como en sus lineamientos y reglamentos, busca poder tener un peso en los rumbos que tome el sector orgánico en el país y ante el mundo.

De acuerdo con lo establecido en el Artículo 16 de la Ley de productos orgánicos y Artículo 1 del Reglamento Interior del Consejo Nacional de Producción Orgánica el ámbito de acción en el cual se desarrolla el CNPO señala que para funcionar de manera apropiada y cumplir con sus actividades el artículo 13 de la Ley de productos orgánicos establece la forma en que estará integrado el CNPO (Rivera, 2012).

Se integra por: el Titular de la Secretaría (SAGARPA) como Presidente, junto con un Secretario Técnico que lo acompañe y apoye en sus funciones, señala que el Pleno del consejo debe formarse por dos representantes de las organizaciones de procesadores orgánicos, uno de comercializadores, cuatro de organismos de certificación, uno de consumidores y siete de organizaciones nacionales de productores de las diversas ramas de la producción orgánica, los cuales deben incluir al menos un representante del sector de insumos orgánicos. La Ley establece que cada uno de estos representantes debe ser electo propiamente por los miembros de cada sector, conforme a los criterios internos que éstos seleccionen; salvo por el de los consumidores, quien es designado por la Procuraduría federal del consumidor (Rivera, 2012).

El consejo nacional a la fecha lleva quince años de operación, pero el acceso a su información es mínimo puesto que aun cuando se pide en las instancias oficiales hay un hermetismo total para acceder, además de que en sus convocatorias de integración han dejado fuera al sector académico y a los consumidores esto pareciera un retroceso o peor aún pareciera que se ha cooptado para el servicio de algunos cuantos.

2.2 Tipos de certificaciones orgánicas

Dentro de la legislación abordada en el apartado anterior se menciona la certificación orgánica participativa, pero existen otras certificaciones las cuales hacen referencia a la producción orgánica y aquellas que no, pero que se suelen confundir por parte de los consumidores.

En México existe una oportunidad para que los productores orgánicos puedan acceder a mejores precios de venta, además de que se permite favorecer a los

diferentes esquemas de promoción de los productos orgánicos en diferentes escalas sociales, a la par de generar confianza y credibilidad en el consumidor, todo esto es a través de la certificación de los productos orgánicos, por medio de instancias acreditadas. (SADER, 2016).

Estas certificaciones son procesos que se pueden llevar por medio de dos vías las cuales están reconocidas dentro de la ley, la primera es por medio de agencias privadas las cuales cuentan con la acreditación de SENASICA y la segunda es por medio de la certificación orgánica participativa.

2.2.1 El Sistema de Certificación Orgánica Participativa (SCOP):

Es un sistema de certificación dirigido a pequeños productores o familias organizadas, que producen y comercializan sus productos directamente al consumidor final a través de tianguis o mercados establecidos.

Los SCOP no se deben confundir con los sistemas participativos de garantía (SPG) pues los segundos buscan mantener la calidad de producción de manera local, busca la certificación de los productores con base en la participación de las partes interesadas, se construyen sobre una base de confianza, redes de comunicación e intercambio de conocimientos, busca dar mejor acceso a los mercados para productores locales, además de que los costos de operación son manejados en esquemas voluntarios lo que reduce el costo directo que paga un interesado en participar este sistema (IFOAM, 2018). Aun cuando comparten similitudes no se pueden tomar como sinónimos porque dentro de la ley de productos orgánicos no está reconocido el término “sistemas participativos de garantía”.

2.2.2 Otras certificaciones (No orgánicas)

Se pueden utilizar diferentes criterios para clasificar a las certificaciones. Una de ellas, las divide en normas públicas y normas privadas. Las primeras son desarrolladas por organismos oficiales de países o grupos de países, las segundas por organismos privados (Salerno, 2017).

En general basándose en lo dicho por Salerno en 2017 un programa o un sistema de certificación se puede definir como el conjunto de reglas, procedimientos y

gestión de la certificación, incluyendo las normas o protocolos que es llevada a cabo por certificadoras, también llamadas organismos de certificación, que normalmente son empresas privadas que desarrollan su tarea de forma imparcial, es decir que representan una tercera parte independiente de las partes interesadas.

La función de la certificadora consiste en manifestar o asegurar la conformidad de una empresa, producto, proceso, servicio o persona con los requisitos definidos en normas, protocolos o códigos de práctica. Estas certificadoras deben estar acreditadas ante un organismo de acreditación.

Todo programa de certificación tiene un dueño o ente emisor que escribe y diseña los requisitos de la certificación y las reglas de cómo se certifica. Puede ser una empresa privada u organizaciones de empresas privadas que determinan requisitos para sus proveedores (Salerno, 2017).

2.2.3 Redes alimentarias alternativas

Más allá de la producción orgánica existen otras “alternativas” que son proyectos que se han posicionado buscando producción, distribución y consumo, a pequeña escala, se han caracterizado por promover el consumo local, algunos ejemplos de estos proyectos se encuentran en diferentes partes del país como: Cooperativa de consumo la Imposible, Cooperativa de Consumo Consciente la Milpa, Tianguis Alternativo de Puebla, Tianguis Agroecológico Xalapa, Mercado Alternativo de Tlalpan, Colectivo Zacahuitzo-Mawi, entre muchos más.

En estas redes alternativas se utilizan términos como cercanos, agroecológicos, verdes, etc., esto con la finalidad de mostrar confianza en el sistema de mercado, algunos espacios se forman y promocionan como orgánicos sin un cumplimiento, en ocasiones por que no tienen capacidad técnica-organizativa (respecto a lo orgánico, y en otras ocasiones por que no hay un interés de realizar dicho cumplimiento (Saucedo, 2020).

Estas redes alternativas buscan la construcción del tejido social en un contexto local y regional; y desde ahí estas relaciones pueden conformar una identidad local, en relación con la producción de alimentos y los ecosistemas, pero esto no quiere decir

que los productos ofertados sean orgánicos y tampoco deberían ser ofrecidos de esta manera (Figura 7).



Figura 7: Producto ofertado como orgánico sin el cumplimiento adecuado.

Fuente: Fotografía Propia

Estas alternativas, no todas, a pesar de lograr avances también han ocasionado que se utilice de manera indiscriminada el término “orgánico” (Figura 8), sin un registro cumplimiento, o entendimiento del término, generando confusión y desinformación entre los consumidores, debilitando los esfuerzos de aquellos que cada día se esfuerzan por mantener un cumplimiento real de la producción orgánica.



Figura 8: Uso del término orgánico sin el cumplimiento adecuado.

Fuente: Fotografía Propia.

Retomando las iniciativas antes mencionadas, existen algunos proyectos que aprovechan lo establecido en la ley de productos orgánicos para funcionar bajo la Ley de Certificación Orgánica Participativa, en el siguiente apartado se aborda el proyecto Tianguis Orgánico Chapingo que es el espacio que fungió como área de estudio y que también opera con esta misma certificación .

2.3 Ubicación y descripción de la zona de estudio

El proyecto denominado Tianguis Orgánico Chapingo Oficial es un proyecto que pertenece a la Universidad Autónoma Chapingo desde el año 2003, sus instalaciones se encuentran en el pueblo cooperativo donde históricamente se encontraba un Supermercado propiedad de Chapingo (Tienda SARCH) el cual dejó de funcionar desde el año 1997 quedando el espacio vacío y en desuso.

El proyecto se localiza en calle Igualdad 10, El Cooperativo, 56225 Texcoco, Méx. a 40 minutos de la Ciudad de México. En la Figura 9 se muestra el frente de las instalaciones que utiliza el proyecto.



Figura 9: Entrada Principal Tianguis Orgánico Chapingo.

Fuente: Autoría propia

2.3.1 Comité de Certificación Orgánica Participativa

La iniciativa comenzó con un grupo de estudiantes, administrativos y académicos de la Universidad Autónoma Chapingo que organizaban cursos y talleres sobre agricultura orgánica, así como sesiones de degustación en las que el público podía probar productos orgánicos. Posteriormente, se contactaron con agricultores orgánicos locales y organizaron un sistema de entrega de productos orgánicos para los consumidores de la Universidad y de las comunidades vecinas.

En 2003, el número de consumidores y productores involucrados en el proyecto había crecido a tal punto que los organizadores decidieron pasar de un sistema de

orden y entrega, al de un mercado completamente funcional (o “tianguis”). La Universidad Autónoma Chapingo facilita las instalaciones junto con los servicios de luz, que anteriormente pertenecían al mercado referido destinado a los trabajadores y profesores. Es así, como en noviembre de ese año, se inauguró oficialmente el Tianguis Orgánico de Chapingo (TOCh), y a partir de esa fecha opera de manera ininterrumpida los sábados y domingos, hasta el día de hoy.

El día de la apertura las personas que asistieron fueron muy pocas, esto debido a que se creyó que era una plática sobre productos orgánicos, mas no un espacio de venta, se inició con 10 operadores y un promedio de 15 productos aproximadamente.

En este punto del proyecto, la coordinación, así como la logística estaba a cargo de académicos de la Universidad los cuales se apoyaban con estudiantes de la ingeniería en Agroecología para que se pudiera mantener la puntualidad y la organización. Con el paso del tiempo se comenzaron a incorporar más productores y por ende los problemas comenzaron a crecer, esto debido a que se requería mayor tiempo para la organización. En la actualidad el Tianguis Orgánico Chapingo opera con 23 operadores y más de 1,000 productos los cuales se verifican por medio de vistas de acompañamiento en las unidades de producción por el comité de certificación orgánica participativa, mínimamente una vez al año.

Históricamente el número de operadores que participan en el TOCh ha variado por diversas circunstancias entre las que se destacan: la separación del proyecto debido a falta de producción y el incumplimiento en los lineamientos para la producción orgánica.

Los incumplimientos a los lineamientos para la producción orgánica, mientras son productos vendidos en el TOCh, se les considera como fraude, el cual debe ser sancionado por el Sistema Participativo que mantiene la garantía de los productos que se comercializan en este espacio.

El Tianguis Orgánico Chapingo realiza sus certificaciones, basadas en la certificación orgánica participativa, la cual está presente en la Ley de Productos Orgánicos, el Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos y los Lineamientos

para la Operación Orgánica de las actividades agropecuarias. En estos documentos se señala que:

Artículo 24.- “Se promoverá la certificación orgánica participativa de la producción familiar y/o de los pequeños productores organizados para tal efecto, para lo cual la Secretaría con opinión del Consejo emitirá las disposiciones suficientes para su regulación, con el fin de que dichos productos mantengan el cumplimiento con esta Ley y demás y disposiciones aplicables y puedan comercializarse como orgánicos en el mercado nacional” (Ley de Productos Orgánicos, 2006)

Artículo 14.- “La certificación participativa orgánica sólo procede para la producción familiar o para pequeños productores organizados siempre y cuando vendan directamente al consumidor o usuario final dichos productos, siempre que no los produzcan, preparen o almacenen si no es en conexión con el punto de venta final y no sean de importación. La Secretaría determinará con base en las Disposiciones aplicables el procedimiento para obtener la certificación participativa orgánica” (Reglamento de la Ley de Productos Orgánicos, 2010)

Artículo 227.- “Para la operación del sistema de certificación participativa, el grupo de productores integrará un comité de certificación orgánica participativa que actuará con base en los principios de: transparencia, descentralización, horizontalidad, participación, confianza, aprendizaje, soberanía alimentaria, adaptabilidad y simplificación. El Comité podrá integrar la participación de consumidores, técnicos y de la sociedad civil que cuenten con conocimiento del presente Acuerdo” (Lineamientos para la Operación Orgánica de las Actividades Agropecuarias, 2020)

El Tianguis Orgánico Chapingo cuenta con un comité de certificación orgánica participativa que se considera multidisciplinario en diferentes sentidos, esto debido a que la formación académica de cada uno es diferente, aunado al hecho de que se mantienen las diversas perspectivas de investigador, operador, también asesorías externas; este comité se ha capacitado por medio de diferentes cursos de carácter general respecto a la agricultura orgánica, la certificación y los sistemas

participativos de garantía, enriqueciendo su formación con las experiencias y las diferentes situaciones que se presentan con las actividades realizadas en campo.

2.3.2 ¿Cómo se ingresa al TOCh?

El Tianguis Orgánico Chapingo es un espacio que opera con la Certificación Orgánica Participativa por lo cual es necesario mantener un proceso de como un nuevo proyecto cumple con lo establecido por la normatividad orgánica y puede ingresar al espacio de venta. Ante esto existen dos formas de ingreso principales, la primera es como un proyecto nuevo; la segunda es la adición de un producto nuevo a un proyecto ya existente, estas solicitudes y procesos pasan por el Comité De Certificación Orgánica Participativa del TOCh.

Otro aspecto es que el comité acepta y fomenta la participación de más personas interesadas en conocer los procesos de certificación orgánica participativa, aceptando a consumidores, estudiantes, o investigadores interesados en conocer el tema.

En la primera forma de ingreso al Tianguis Orgánico Chapingo que es el ingreso como un proyecto nuevo el proceso es el siguiente:

1.- La plática o primer acercamiento: En este punto se busca conocer el proyecto del interesado de una manera general además de ofrecer una explicación de lo que es el proyecto Tianguis Orgánico Chapingo, cómo funciona la ley, reglamento lineamientos, así como tener una primera explicación de lo que es la certificación orgánica participativa, como opera, cuáles son los alcances que tiene, los derechos y obligaciones que el operador contraería en caso de ser aceptado.

También se busca conocer a grandes rasgos el origen de la materia prima con la que se produce o transforma, esto debido a que en diferentes ocasiones el comité se ha percatado de que existe un desconocimiento sobre el término “Orgánico” y se llega a confundir con el término “artesanal”, existiendo ejemplos donde el interesado comenta “mi mermelada es orgánica porque yo la hice en mi casa, pero la fruta es de la central de abastos” en este primer punto se determina la viabilidad del proyecto interesado. Se le comenta al interesado que los gastos que se generen durante el

proceso (transporte, alimentación, etc., deben ser absorbidos por él) y esto no representa un compromiso o una seguridad para que su producto sea reconocido como orgánico por parte del comité.

2.- El llenado de cuestionarios: Este paso es la continuación del primer acercamiento donde el proyecto del interesado se detalla en dos cuestionarios, se debe incluir la mayor cantidad de información sobre su producción, ubicación, parcelas vecinas, entre otras cosas. En este paso el interesado plasmará todo aquello que está interesado en ofertar dentro del Tianguis Orgánico Chapingo.

Estos formatos pueden llenarse de forma digital o física y ser enviado al correo oficial del comité de Certificación Orgánica Participativa o entregados directamente los sábados y domingos a algún integrante del comité.

Una vez que son entregados el Comité de Certificación hace una revisión sobre los puntos a favor y áreas de oportunidad, además de que en medida del cumplimiento se programa una visita de acompañamiento. Se toma de base estos cuestionarios para poder preparar la visita de inspección.

3.-Visita de verificación: En esta etapa se realiza una visita al lugar donde está establecido el proyecto interesado, tanto en el área de producción como en caso de que exista transformación, las bodegas, y todas las áreas registradas que forman parte del proyecto. Es una verificación que se realiza con mínimo dos integrantes del comité de certificación.

Busca relacionar lo que se comentó en la primera plática, así como lo que se registra en los cuestionarios, para poder contrastar lo que se observa en campo y de esta manera tener una trazabilidad de los productos desde que son cultivados hasta que llegan al punto de venta. En esta visita se hacen observaciones, se pregunta por parte de los integrantes del comité detalles respecto a la forma de producción, transformación y sobre todo lo relacionado al proyecto (integrantes, actividades, precios contemplados, etc.).

En esta parte de la inspección también se busca tener una plática sobre las razones por las que el productor realiza sus actividades de una manera determinada y en

caso de existir algún área de mejora conocer la posibilidad real de que exista un cambio en la manera en que se está realizando.

Al final de la visita se habla sobre las áreas positivas y algunas áreas que se tienen que mejorar en caso de que existan.

Posterior a la visita los miembros del comité que participan en la visita elaboran un informe para poder darlo a conocer al resto del comité y tomar una decisión conjunta;

4.- Emisión de dictamen y notificación: Como última parte del proceso de certificación esta la emisión del dictamen, donde se establece el estatus de la producción o del proyecto interesado y se determina si puede o no realizar su venta dentro de las instalaciones del Tianguis Orgánico Chapingo. Existen diferentes formas en las que puede ser emitido el dictamen, estas son:

Aceptado como orgánico: en este dictamen se reconoce que la producción cumple con lo establecido para poder ofertarse como orgánico y puede integrarse a la venta del TOCh al sábado siguiente de su emisión;

Aceptado en transición con recomendaciones: En este dictamen se establece que la producción es buena pero que hay que seguir recomendaciones para poder tener un cumplimiento total de la norma orgánica para poder reconocer al producto como tal, y se establece un periodo de tiempo en el que se pueden realizar estas recomendaciones y una vez realizadas el interesado puede ofertar sus productos dentro de las instalaciones del Tianguis Orgánico Chapingo;

Aceptado con obligaciones de cumplimiento: Este dictamen reconoce que el proyecto es de interés para el Tianguis Orgánico Chapingo y que tiene potencial para cumplir con lo requerido como orgánico pero el periodo de cumplimiento requiere un poco más de tiempo con relación a los estatus anteriores por lo que se deben cumplir las observaciones señaladas y realizar una nueva visita para poder corroborar que se ha cumplido con las obligaciones establecidas antes de poder ofertar los productos dentro del Tianguis Orgánico Chapingo;

Rechazado: Es emitido cuando existen muchas inconsistencias entre lo platicado, lo reportado en los cuestionarios y lo observado durante la visita, cuando no existe un interés del proyecto a realizar los cambios sugeridos o cuando se encuentran situaciones que no están permitidas por los lineamientos de la producción orgánica (el uso de herbicidas, OGM, aplicación de sustancias no permitidas, etc.), en cualquier caso se señalan los incumplimientos, los motivos por los cuales es rechazada la solicitud, siempre comentando que si es de interés del productor la asesoría para transitar a lo orgánico el comité puede dar un acompañamiento, o en un tiempo posterior y cuando se considere que se han cubierto las observaciones puede solicitar un proceso nuevo de certificación.

En cualquiera de los casos siempre se remarca que el interesado tiene derecho de réplica o de expresar su opinión en caso de que considere que la visita o el proceso no se llevó de una manera adecuada o transparente, y de existir el caso se realizaría una nueva visita con todo el comité para determinar si existió alguna inconsistencia en el proceso.

En la Segunda forma de ingreso se encuentra la adición de un nuevo producto a un proyecto que ya forma parte del Tianguis Orgánico Chapingo. Esto se lleva a cabo mediante una solicitud con formato libre por parte del proyecto interesado en agregar un nuevo producto a su mesa de venta; la solicitud tiene que realizarse antes de que el producto sea ofertado. Dicha petición es analizada por el comité de certificación y en caso de que se requiera una visita de verificación se debe realizar por al menos dos integrantes del comité, esto con la finalidad de poder observar el proceso de producción o transformación y coleccionar evidencia fotográfica que pueda ser anexada al expediente del proyecto activo.

Una vez que sea evaluada la solicitud se emite una respuesta por escrito donde se acepta o se rechaza.

Para el caso de productos que ya cuenten con una certificación de agencia el comité verifica la vigencia del certificado, así como que proceda de una agencia de certificación acreditada.

2.3.3 Permanencia y baja de Operadores del TOCh

Una vez que los interesados en ofertar sus productos dentro del Tianguis Orgánico Chapingo son aceptados se debe mantener el cumplimiento de los procesos de la producción orgánica y para esto es necesario que el Comité De Certificación Orgánica Participativa realice visitas de verificación y acompañamiento.

Aun cuando exista cumplimiento de la producción orgánica, también se deben mantener un cumplimiento de la convivencia interna en el Tianguis Orgánico Chapingo esto con la finalidad de que el proyecto pueda mantenerse con un ambiente de convivencia sano para todos los que lo integran, además de que se debe mantener un cumplimiento en las actividades de mantenimiento y las cooperaciones establecidas para necesidades del TOCh.

Es en este sentido que se mantienen reuniones con los diferentes encargados de las comisiones asignadas para el buen funcionamiento del proyecto.

Cuando se detecta algún tipo de incumplimiento existe un protocolo a seguir por las diferentes comisiones de la mano del Comité de Certificación Orgánica Participativa y de la responsable del buen funcionamiento del espacio ante la universidad.

El protocolo está enfocado a mantener un acompañamiento y a la solución óptima de conflictos o diferencias que se puedan generar siempre apegadas al respeto y la transparencia para el resto de la comunidad.

En el primer punto se tiene una reunión donde se esclarece si es un incumplimiento o inquietud de carácter de certificación, administrativo o de convivencia, se aborda lo que está ocurriendo y las causas posibles por las que está sucediendo, en esta reunión se busca que el operador pueda expresar libremente en un espacio de confianza las situaciones que lo están llevando a comportarse de esa manera, al mismo tiempo que se busquen soluciones que sean benéficas para el bienestar del proyecto así como del operador, en esta reunión se toman acuerdos y se establecen tiempos para poder cumplir dichos acuerdos.

Como segundo punto se procede a la verificación del cumplimiento de los acuerdos tomados, cuando estos se cumplen se levanta un acta del cumplimiento, esto con

la finalidad de mantener un precedente y evitar detalles futuros, así como fortalecer el expediente del operador; cuando los acuerdos no son cumplidos y son de carácter administrativo o de convivencia se hace un llamado de atención el cual es anexado al expediente del operador y se asigna una nueva fecha para el cumplimiento, cuando esto persiste se procede a llevar el tema a una asamblea donde se decide si el problema amerita un segundo llamado de atención, cuando esto no genera un resultado o avance positivo se emite una baja temporal hasta que se dé el cumplimiento de los acuerdos realizados, esto sin dejar de cumplir con lo requerido para que la producción se pueda seguir reconociendo como orgánica.

Cuando es un incumplimiento de carácter de certificación, se evalúa el grado de riesgo y se emite una suspensión temporal del producto, hasta que se puede garantizar el cumplimiento de lo establecido en la ley de productos orgánicos y en sus lineamientos.

Cuando se emite una baja el operador no puede volver a ofertar sus productos dentro del Tianguis Orgánico Chapingo ni vendérselo a los demás operadores para poder ser ofertados dentro del espacio.

Una vez que se ha dado de baja el operador podrá solicitar los formatos para ingresar, pero se realizará todo el proceso anteriormente descrito y deberá garantizar el cumplimiento de los compromisos que ocasionaron su baja.

Han existido diferentes casos donde se han dado de baja a productores que ante la disposición de resolución de conflicto han tomado actitudes negativas e incluso violentas, que no abonan a la convivencia y buen funcionamiento del espacio.

Así mismo se han dado de baja proyectos que dejaron de cumplir con lo necesario para seguir siendo reconocidos como orgánicos, ya sea por contaminación con sustancias no permitidas, por un incumplimiento en los registros y los balances de masas o por diferentes incumplimientos juntos.

2.3.4 Diversificación del comercio

El Tianguis Orgánico Chapingo es un proyecto institucional que nace con la finalidad de que los consumidores puedan acceder a productos sanos y accesibles logrando

un estilo de vida más adecuado es por esta razón que el proyecto se enfoca principalmente a la venta que promueven la alimentación sana.

Sin salirse de estos objetivos el proyecto busca una diversificación que conlleve a un abastecimiento de la canasta básica; pero entiende que muchos de los consumidores no solo asisten por alimentos, pues más que un espacio de venta se ha convertido en un espacio cultural y de aprendizaje, por ello dentro de las instalaciones se han albergado proyectos que no están ligados directamente con la alimentación, pero si con el compromiso, el cuidado del ambiente y de la promoción de la cultura.

A lo largo de los 18 años que el espacio lleva operando la diversificación de lo que se oferta ha variado, siempre dando prioridad a los productos cercanos, pero fortaleciéndose con los productos de otras regiones que no se pueden producir de manera local, como lo es el caso del café, frutas tropicales entre otros, este porcentaje ha variado y evolucionado a la par del proyecto, puesto que en sus inicios comienza con no más de 10 productos entre los que estaban algunas hortalizas y algunos alimentos como quesadillas y tlacoyos; en la actualidad el tianguis cuenta con una diversificación de más de mil productos entre los que destaca una diversidad de hortalizas, frutas, tés, alimentos, bebidas no alcohólicas, gran parte del comercio enfocado a la alimentación pero también existen dentro de la oferta artesanías, insumos para el cuidado de plantas, y una línea de cosmética natural, lo que permiten a quien visita el espacio poder tener una experiencia diferente, con la confianza de que los productos cumplen con lo establecido en la ley de productos orgánicos.

Es importante mencionar que con el aumento de productos ofertados también se incrementa el trabajo y las visitas realizadas para seguir garantizando el cumplimiento de lo establecido para los productos orgánicos.

2.3.5 Impacto de los integrantes y consumidores del TOCh

El proyecto es un espacio que refleja la diversidad no solo en sus cultivos, si no también en su composición de operadores pues provienen de diferentes lugares y de diferentes grupos culturales, lo que hace que cada proyecto sea único

requiriendo por lo tanto una evaluación, entendimiento de causas y situaciones únicos, de ahí uno de los grandes retos de la certificación orgánica participativa, pues cada proyecto cuenta con características específicas y debe ser atendido como tal.

El Tianguis Orgánico Chapingo se conforma de 25 proyectos activos al momento del estudio, cada uno cuenta con 1 o 2 responsables del proyecto y a su vez cuenta con operadores cooperantes, estos son importantes pues también participan en la producción y venta de los productos del TOCh, dejando un total de más 25 familias que son impactadas directamente y más de 50 familias que son impactadas indirectamente por lo que el tianguis tiene un impacto positivo de más de 100 personas que cada semana están participando de las cuales el 56% son mujeres.

Es necesario resaltar el impacto que tiene para los consumidores pues muchos han declarado que han visto cambios a su salud desde que consumen los productos del Tianguis Orgánico Chapingo, además de que han encontrado en el proyecto un espacio que permite el aprendizaje para todas las edades, en ocasiones familias completas asisten no solo a realizar compras si no a los diferentes talleres y conferencias que son impartidos y son de acceso libre.

2.3.6. El papel de la Universidad Autónoma Chapingo en el desarrollo y fortalecimiento del TOCh

Desde su Fundación a la fecha, el proyecto Tianguis Orgánico Chapingo ha formado parte de la Universidad Autónoma Chapingo, pues fueron sus académicos, alumnos y trabajadores, quienes en un inicio lo impulsaron. En sus inicios se comenzó dentro de las instalaciones de CIESTAAM, pero al crecer el proyecto, el rector, Dr. Sergio Barrales asignó el espacio que se utiliza actualmente (Figura 10), asumiendo que se trataba de una exposición o de una apuesta temporal, pero al pasar de las semanas se entendió que el Tianguis Orgánico Chapingo se quedaba de manera permanente.



Figura 10: Instalaciones del TOCh en sus inicios.

Fuente: Archivo fotográfico del TOCh – Dra. Rita Schwentesius

A lo largo de estos años, el proyecto se ha consolidado como el único de mayor duración y funcionabilidad, dentro de los proyectos que alberga la Universidad, además de que ha puesto el nombre de Chapingo en alto a nivel nacional e internacional.

El espacio ha recibido el apoyo de manera directa e indirecta; de forma directa se han dado asistencia en la infraestructura y la ampliación del espacio.

En un inicio el espacio contaba con un techo con láminas de asbesto (Figura 11) algo que no es muy recomendable para la salud y para los espacios donde se vende alimentos, además de que se limitaba a una pieza lo que ocasionaba que los consumidores estuvieran más apretados y fuera menos cómodo el proceso de compra y recorrido por el espacio, por ultimo algunas partes estaban delimitadas por maya ciclónica lo que hacía que el espacio se considerara inseguro para que los operadores pudieran dejar sus pertenencias.



Figura 11: Entrada y techo del TOCh en sus inicios.

Fuente: Archivo fotográfico del TOCh – Dra. Rita Schwentesius.

El primer cambio que tuvo el espacio fue la remodelación parcial del techo, cambiándolo por lámina galvanizada, se comenzó con una ampliación del espacio que se destinó a una exposición sobre maguey, maíz y cacao además de implementarse como área de talleres donde se impartieron algunos como elaboración de chocolate, conservación de alimentos entre otros, con el tiempo se observó que era más viable trasladar el área de comida a este espacio, debido a que el área de comida se instalaba en un espacio al exterior.

El cambio más reciente que se hizo al proyecto fue la remodelación de la fachada y el cambio de la segunda parte de la amina, la cual se inauguró el día del aniversario de 18 años de funcionamiento del proyecto.

2.3.7 Otros espacios de comercio “alternativos” y la duplicidad del TOCh

Los mexicanos quieren alimentarse bien y en forma sana, es una tendencia que no tiene regreso, está creciendo, se ha arraigado más con la problemática que se atraviesa con la pandemia, existen pocos mercados que en la actualidad se comprometen con ofrecer productos que cumplan con los estándares para denominarse orgánicos, a raíz de esto se han formado otros que se autodenominan: alternativos, ecológicos, naturales, campesinos, de 100 millas, verdes, bonitos, etc., algunos con el nombre orgánico, aparentando una producción sin el registro pertinente, todo esto se menciona sin negar que algunos realmente lo

están intentando, pero el hecho de intentarlo no justifica en lo legal ni en lo moral el uso del término orgánico (Schwentesi, 2018).

Para el consumidor es prácticamente imposible saber quién y dónde se ofrecen alimentos orgánicos que están buscando, además de que se ha fortalecido el rumor o la falsa idea de que la producción orgánica es más cara y esto ha generado que muchos espacios ofrezcan sus productos como orgánicos persiguiendo un sobreprecio (Schwentesi, 2018).

El Tianguis Orgánico Chapingo no se ha salvado de estas problemáticas pues existe un “tianguis alternativo” que se instaló justo frente del TOCh el cual cuenta con el respaldo de la delegación del pueblo Cooperativo, se conforma de algunos productores que no cumplieron con lo necesario para tener el reconocimiento como producción orgánica, junto con otros que en un momento vendieron dentro del Tianguis Orgánico Chapingo y por algún incumplimiento se separaron de este proyecto.

Esto representa un problema grave pues se ha generado demasiada confusión para los consumidores sobre cuales son aquellos que pertenecen al proyecto Tianguis Orgánico Chapingo y cuales no, sumado a esto durante la pandemia por disposición oficial se tuvo que mantener cerrada las instalaciones del Tianguis Orgánico Chapingo esto debido a que al ser instalaciones universitarias tenían que apegarse a las medidas establecidas para la universidad.

Esto ocasionó descontento y problemas dentro de los mismos operadores pues algunos se negaron a retirarse, como respuesta ante su inconformidad dejaron de cumplir con las normas de la producción orgánica; Los que disidieron continuar con la producción buscaron alternativas para poder seguir ofertando sus productos de manera segura para los consumidores y para ellos, instalándose solo para realizar entregas en un local prestado por un operador que se encontraba cerca del centro de Texcoco (Figura 12).



Figura 12:Espacio alternativo de venta operadores del TOCh.

Fuente: Autoría propia.

Después se encontró la posibilidad de poder instalarse afuera del Tianguis Orgánico Chapingo para esto los operadores llevaron carpas que ellos consiguieron y que permitió poder seguir ofertando sus productos. A las dos semanas de estar instalados en este espacio se entregó un oficio donde se especificaba que no se podía utilizar dicho espacio para ofertar los productos, este documento estaba firmado por el primer delegado del pueblo cooperativo (Figura 13).

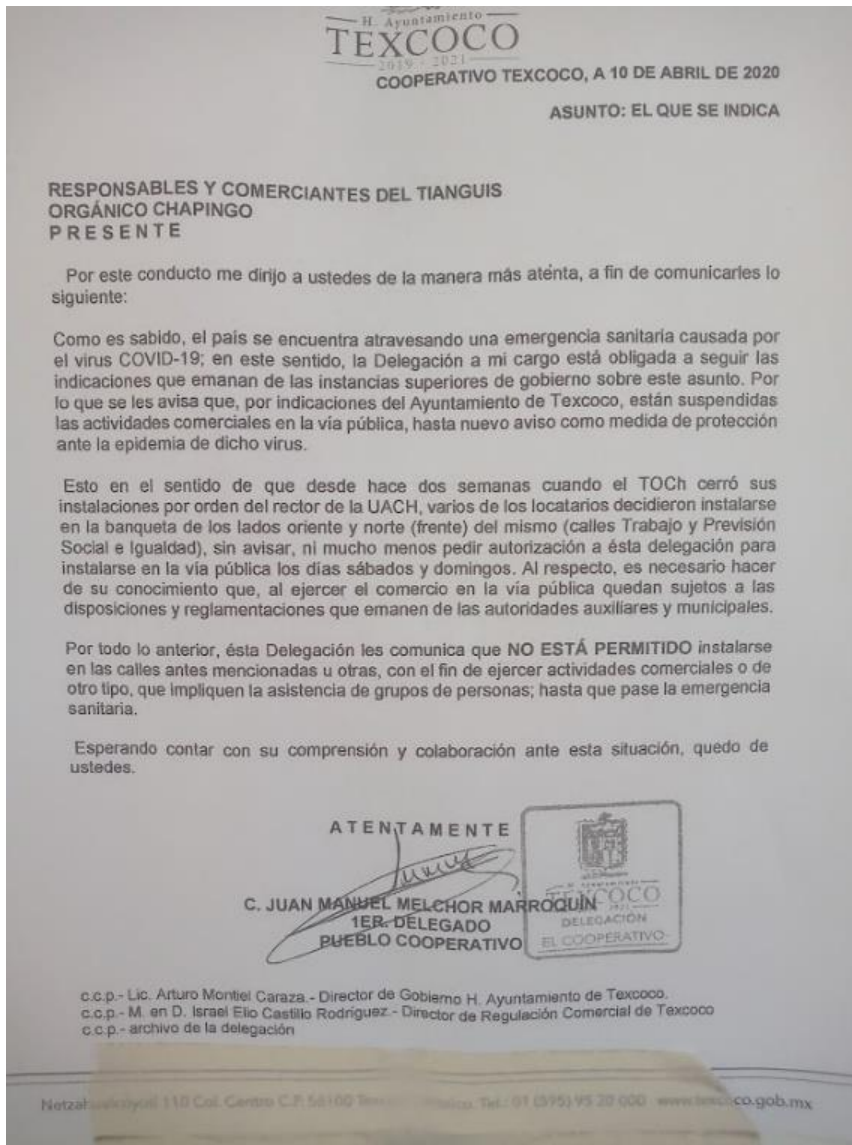


Figura 13:Oficio entregado por la Delegación del Pueblo Cooperativo.

Fuente: Archivo del TOCh

Ante este situación se tomó la decisión de abrir el lobby de las instalaciones del Tianguis Orgánico Chapingo, pero es un espacio muy reducido, el grupo de productores que estuvieron inconformes con cerrar el espacio decidió abrir un espacio en instalaciones privada, argumentando que era un acuerdo de mayoría, con esta decisión se llevan la página de Facebook, cambiando contraseñas y ubicación esto genero más confusión entre los consumidores la cual a la fecha mantienen este situación, aun cuando existen procesos legales que piden que cambien estos dominios.

A raíz de esto se pudo observar que en las redes sociales y medios de publicidad existe más de un dominio que se hace pasar por el Tianguis Orgánico Chapingo cada uno con sus descripciones, logos y links diferentes (Figura 14).



Figura 14: Perfiles de redes sociales que se hacen llamar Tianguis Orgánico Chapingo.

Fuente: Red social Facebook.

Esto representa una problemática con la que se debe estar luchando constantemente, pues es muy común que lleguen consumidores confundidos por los diferentes establecimientos que se hacen llamar Tianguis Orgánico Chapingo.

Por otro lado, en una encuesta realizada a los operadores activos del TOCh el 59% del total de los integrantes declaran que han recibido algún reclamo por productos que no son orgánicos y que no son ofertados en el TOCh, además de que no es posible saber sobre aquellos consumidores que siguen engañados por estos espacios que se hacen llamar orgánicos o peor por aquellos que se hacen pasar como Tianguis Orgánico Chapingo.

Como una medida para tratar de disminuir esta problemática los integrantes del proyecto tratan de aclarar en eventos, entrevistas y medios de difusión la ubicación del proyecto, así como que no existen otras sucursales.

A lo largo de este acercamiento hacia los datos de la producción orgánica, las legislaciones, otras formas de producción y el área de estudio, se han mencionado algunos conceptos como incumplimientos, riesgos, e incluso fraude por lo que es necesario dar pie a una serie de conceptos que nos permiten tener un mayor entendimiento de lo que estos conceptos se refieren, así como por que surgen si existe alguna medida para prevenirlo y como se relaciona con la producción orgánica.

2.4 EL FRAUDE Y OTRAS DEFINICIONES

Como se ha venido mencionando existen diferentes acciones que llevan a riesgos de incumplimiento y fraudes, los cuales están relacionados a la producción orgánica, pero antes de mencionar estos es necesario saber que existen diferencias con otros términos como la mentira, el engaño, la estafa entre otros y que es importante mencionarlos para evitar la normalización de estos términos.

De acuerdo con Foucault (1990) la normalización es el proceso por el cual ciertos comportamientos e ideas se hacen considerar "normales" a través de la repetición, la ideología, la propaganda u otros medios; que haciendo referencia a la producción orgánica se puede ejemplificar con la gran cantidad de productos en el mercado que se hacen llamar verdes, eco amigables, ecológicos etc. abonando a una normalización desinformada. muchas veces llegando a tal punto que son consideradas naturales y se dan por sentado sin cuestionamiento, dando como resultado la crítica o sanción de los grupos que han normalizado algo hacia aquellos que pretenden mantener cierta claridad

Conocer estas diferencias es de suma importancia porque tienen diferentes grados de afectación a la sociedad, llegando a grados de normalización que hace que algunas personas los dejen de ver como acciones negativas, llegando a justificarlos o en caso más extremos a defenderlos.

2.4.1 Diferencia entre fraude, engaño, traición, mentira, y estafa

Al fraude lo podemos definir como un engaño del cual se obtiene un beneficio; el cual es por medio del aporte de información que puede ser invalida, distorsionada o incompleta buscando dirigir la decisión de la víctima a beneficio del victimario; se podría decir que en si el fraude o los engaños existen en si en la naturaleza puesto que engañar para obtener beneficios es inherente a muchas especies, incluso las habilidades para engañar son adaptativas y constituyen un repertorio comportamental de diversos organismos que da cuenta de su capacidad de adaptación y sobrevivencia, derivado de esto la intensidad, la complejidad, el refinamiento o la sofisticación, la frecuencia y el daño directo o colateral de la conducta fraudulenta está en constante cambio y lo convierten en un fenómeno que es dañino para un grupo o sociedad que en como parte de su historia puede sancionarlo, regularlo como delito y aplicarle diferentes castigos (Castañeda, 2017)

Los fraudes se pueden considerar de carácter corporativo, financieros, académicos, científicos, históricos, políticos, profesionales, penales y disciplinarios, por mencionar algunos. Así estos tipos de fraude han sido objeto de estudio a lo largo de la historia con mayor o menor apertura para su reconocimiento y con diferentes grados de sanción según el daño que causen a las masas dejando de lado algunos que en determinado momento se pueden considerar irrelevantes (Castañeda, 2017)

Al engaño lo podemos interpretar como: el intento deliberado, con o sin éxito de ocultar, manipular o fabricar información de importancia laboral y/o emocional por diferentes medios que pueden o no ser verbales, con el fin de crear o mantener en otro o en otros una creencia que el propio comunicador considera falso (Masip, 2004).

Es importante en este contexto hacer una distinción entre mentira y desinformación ya que en algunos casos quien comunica puede no recordar un evento, o cuya memoria, por cualquier motivo, ha sido contaminada (Loftus, 1997; Davies, 1999) por lo cual si se diera un relato inexacto de los hechos presenciados, no sería mintiendo, sino cometiendo un “error honesto” (Miller,1983).La información falsa se

puede proporcionar de forma involuntaria, con la creencia errónea de que es veraz, o se puede dar deliberadamente para engañar a la otra persona (Masip, 2004).

La traición según la Real Academia Española: es la falta que se comete quebrantando la fidelidad o lealtad que se debe guardar o tener, también se menciona la traición a la patria que se entiende como: Delito cometido por civil o militar que atenta contra la seguridad de la patria (RAE, S/F).

Mentira se puede entender como: la forma de expresión o manifestación contraria a lo que un individuo sabe, piensa o a lo que siente; se puede relacionar el hecho de mentir a dos condiciones: a) cierta duplicidad en el pensamiento, esto es, pensar algo que se sabe u opina que es verdad y, por otro lado, expresar otra cosa distinta mediante la palabra u otros signos, pensando o sabiendo que es falso lo que se dice; b) el deseo intencionado o la voluntad de engañar (San Agustín, 1954), la mentira contiene cuatro condiciones: la formulación de un enunciado, la creencia por parte del hablante en que el enunciado es falso o no veraz, la presencia de un destinatario a quien se dirige la mentira y, finalmente, la intención de engañar al destinatario (Mahón, 2015).

La mentira es multiforme: se puede mentir simplemente al decir una falsedad; también hay meta mentiras (al desmentir lo que se dijo o sosteniendo que no se dijo algo con la intención de mentir) (D' Agostini, 2013)

La estafa es: un delito que consiste en provocar un perjuicio patrimonial a alguien mediante engaño, la intención final de una estafa es el lucro (Conceptos jurídicos, S/F); Consiste en hacer “creer” a la víctima en un proyecto o producto fantasioso, con el fin de impulsarla a actuar de la forma deseada (Laroche, 2019).

No solo surge de la ocultación o distorsión de la información, si no que para empujar a la víctima a la acción y atraparlo, el estafador construye una realidad ilusoria a su alrededor. Como tal, se lleva a confiar en el estafador, y se construye una realidad ilusoria en torno a la víctima, logrando la participación activa, voluntaria y, sin embargo, inconsciente en su propia pérdida (Clark & Pinch 1992 ; Deighton & Grayson 1995 ; Schaper & Weber 2012).

Un factor clave de éxito de las estafas es que se debe inducir a la víctima a confiar en el estafador para desempeñar un papel activo y hacer lo que se espera de él o ella; Se basa en la capacidad del estafador para atraer a su objetivo a un objetivo cuidadosamente calibrado (Deighton & Grayson 1995).

Manejar una jerarquía de conceptos por el grado de daño que pueden ocasionar a la sociedad es importante, puesto que nos permite visibilizar que, aunque en el colectivo social se utilicen como sinónimos realmente no lo son, cada uno afecta de manera específica, es por eso que basado en las descripciones y definiciones antes mencionadas sobre fraude, engaño, traición, mentira, y estafa, se plantea en la Figura 15, el diagrama al que se le denomina “jerarquía de elementos negativos” en el cual se ordena de mayor a menor daño que puede ocasionar cada uno de los términos antes descritos.

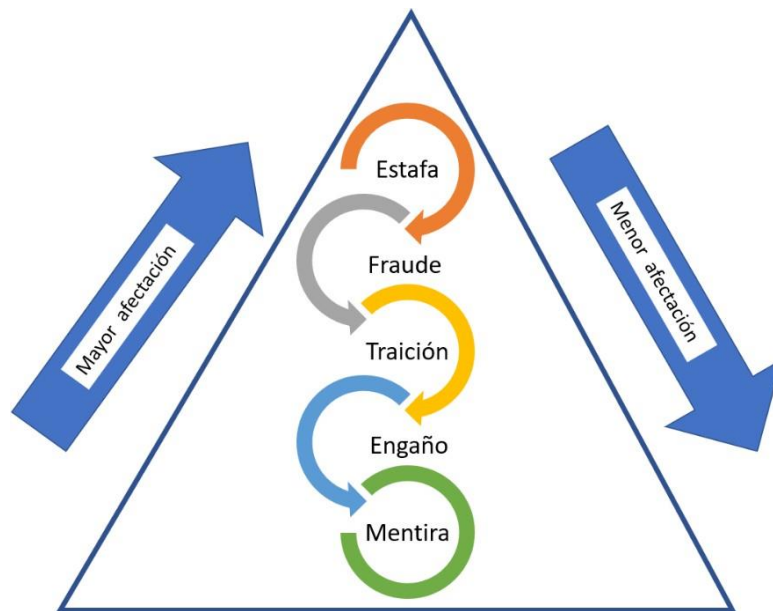


Figura 15: Jerarquía de elementos negativos

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en lo anteriormente descrito hay diferencias en los términos, pero desafortunadamente no son los únicos conceptos o situaciones que existen dentro de aquello que te puede llevar a cometer un fraude, una estafa entre otros, existen aquellos donde hay una mayor cantidad de interacciones con diferentes personas,

y en las cuales mucho dependerá del estatus social, el cargo de trabajo, e incluso la familia de la que se depende, justo haciendo referencia a esto es lo que se aborda en el siguiente apartado.

2.4.2 Compadrazgo, Padrinazgo, y Clientelismo

Las sociedades han basado su desarrollo y establecimiento por medio de las relaciones entre amigos y es transmitido como uno de los elementos más importantes para cada individuo, puesto que estas relaciones permiten crear vínculos y valores que en un momento fomentará un buen desarrollo y estará basado en principios de solidaridad, confianza, dando valor especial a la lealtad y la protección de “los tuyos” (Nieto, 2011).

Todo lo que se menciona en el párrafo anterior resaltaría atributos deseables en el desarrollo de las sociedades, el problema es cuando estos valores son trasgredidos por intereses personales y utilizados con fines de lucro en cualquier estructura social, esto puede llegar a ser visto como una fuente de socialización política importante ya que a través de ellos se puede, por un lado, adoptar, reforzar o rechazar valores, conductas, y visiones sobre la naturaleza y el ejercicio del poder político; y por otro, establecer relaciones de poder donde se inserta a los involucrados en dinámicas de controlador y controlado (Nieto, 2011).

“En México, todo político sabe que si desea obtener una carrera exitosa debe acumular y alimentar "contactos" sobre todo entre sus amigos, debido a que la amistad funciona como un arma de poder y movilidad política” (Camp,1995)

COMPADRAZGO

El compadrazgo es fundamentalmente una relación personal entre individuos que se reconocen a sí mismos como iguales, respecto a estratos sociales, creencias, e inclusive aspiraciones sociopolíticas; es un arraigo que antropológicamente proviene del cristianismo, ha evolucionado en la cultura mexicana, se da a través de reciprocidades, corresponde al intercambio continuo de favores que se dan, se reciben y se motivan dentro del marco de una ideología de amistad. (Adler, 1994).

Estos favores suelen ser políticos, económicos hasta morales, consisten en un trato preferencial otorgado a alguna persona a costa de los derechos o prioridades de terceros, es una forma de ayuda que se emplea para obtener algo con más facilidad en menos tiempo; se rige con un código moral personalizado, propio que establece compromisos y lealtades, por ello es relevante ratificar estos valores constantemente, pues los favores se dan en medida que se reciben en un espíritu de reciprocidad amistosa (Adler,1994).

PADRINAZGO

El padrinazgo es una forma de relación social la cual está basada en un rito católico que hace alusión a la protección que deberá dar una persona asignada por los padres a un hijo en caso de que estos faltaran, surgiendo de esto el término “Padrino”, de una manera paralela esta actividad cultural se ha fomentado para el establecimiento de redes y relaciones en diferentes ámbitos de la legalidad (política principalmente) logrando que a través del padrinazgo se logren diversos servicios: un protector que les facilite la entrada, el ascenso rápido en el área de interés, una fuente de préstamos financieros o una agencia de trabajo. De allí que a menudo esta relación facilita el terreno para establecer otro tipo de prácticas de corte delictivo (Nieto, 2011).

Aquel que tiene un padrino tiene una deuda de favores, se hace acreedor a deudas morales o financieras, debido a que toda distribución de favores es un comercio, que no solo relaciona al individuo con su padrino, si no que asocia al grupo familiar, este tipo de organización sociopolítica funciona tanto en la ciudad como el campo, y permite que el sistema se siga reproduciendo en el marco de la integración familiar (Rivelois, 1999).

CLIENTELISMO

El clientelismo es una relación política-cultural que revela una jerarquía vertical y asimétrica, al designar el poder ejercido por un patrón sobre sus clientes.

En el clientelismo predominan relaciones particulares y difusas; existe un intercambio de recursos instrumentales, como podrían ser los bienes materiales, los servicios personales y también subjetivos, como la lealtad y la solidaridad; el intercambio da lugar a un fuerte principio de incondicionalidad, credibilidad y reconocimiento de obligaciones mutuas; no existen lazos formales, legales o contractuales; las relaciones no son obligadas sino voluntarias, y por tanto, pueden abandonarse; pero se establecen entre individuos o redes de individuos de manera vertical; se basan en una fuerte desigualdad económica y de poder en la cual el patrón acapara los bienes que son vitales para los clientes (Eisenstadt y Roniger, 1980).

Retomando uno de los ejes centrales de la investigación que es el fraude se debe mencionar que a pesar de todo lo anteriormente mencionado existen propuestas que buscan entender por qué se ocurren y que han pretendido ser un referente para disminuir estos problemas.

A continuación, se hace un recorrido por las diferentes propuestas que se han realizado para entender el por qué se comete un fraude, incluyendo aquellos que se centran en ámbitos financieros o empresariales e incluyendo el círculo del fraude.

2.5 Figuras del fraude

2.5.1 El triángulo del fraude

Esta teoría se rige por tres elementos básicos que tienen que interactuar de manera simultánea, esto para que una persona pueda tomar la decisión de traicionar la confianza que alguien le ha otorgado principalmente en el ámbito empresarial, financiero etc., estos elementos deben existir en conjunto puesto de que al no existir uno no podría suceder; los elementos, así como la teoría son planteados por (Cressey, 1961), y son los siguientes:

Presión: Entendida generalmente como un problema financiero o una necesidad económica personal o familiar, real o imaginaria que el sujeto no puede resolver con medios legítimos, una necesidad que adicionalmente no puede ser compartida.

Oportunidad: Hace referencia al conjunto de circunstancias medioambientales, que facilitan la acción y posterior protección del individuo, para reducir el riesgo de ser sorprendido o responsabilizado por el fraude.

Racionalización: El sujeto defraudador mantiene un diálogo interno, un conjunto de ideas que auto verbaliza in sensu, con las que busca mantener su imagen de no culpable o no responsable de la situación fraudulenta, incluso puede mantener un patrón de defensa alopática, es decir, proyectar la responsabilidad de sus acciones a otros.

2.5.2 El cuadrado o Diamante del fraude

Después de la creación del triángulo del fraude y de su aplicación diferentes investigadores, agencias, y encargados de ley lograron identificar otro elemento que se adhiere sin sugerir cambios sustanciales, dicho elemento es el conocimiento.

En esta adición se entiende que el conocimiento hace referencia a el uso de la experiencia, la habilidad y la competencia del sujeto para cometer el fraude, en especial cuando hacemos referencia al fraude ocupacional, esto es, el fraude que se comete en relación con una disciplina, conocimiento y dominio de procesos específicos (ACFE, 2018).

2.5.3 Árbol del fraude

Este es un esquema propuesto por Association of Certified Fraud Examiners (ACFE) (Figura 16) principalmente para el área empresarial; en el cual se manejan ramificaciones que son el resultado de reportes financieros y que permiten detectar una alteración o manipulación en los datos o en las actividades, se enfoca en reportes financieros, y el conocimiento que se adquiere por una mayor preponderancia en cuanto a los cargos pasar como válidos los reportes y los sustentos reforzando la transparencia con el escrutinio de otros expertos (ACFE, 2014).

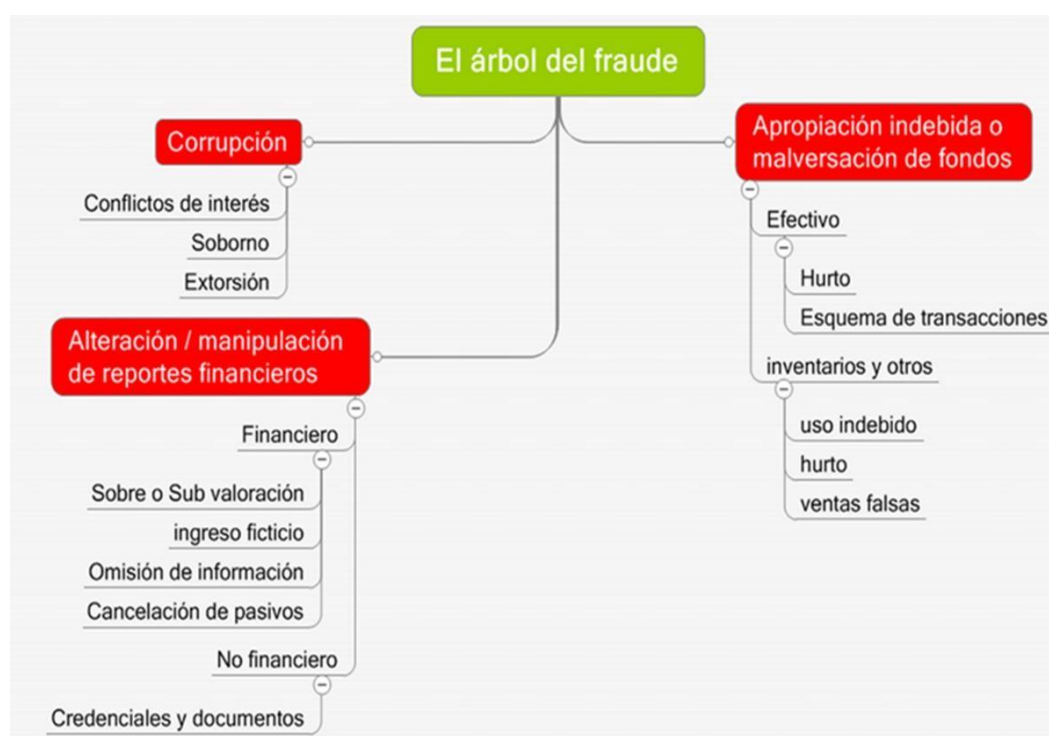


Figura 16: Árbol del fraude

Fuente: Association of Certified Fraud Examiners, ACFE, 2014

Lo anteriormente descrito está enfocado principalmente a las áreas financieras, o contables, pero a continuación se describe una propuesta que busca relacionar las causas por las que se puede llegar a cometer un fraude con las interacciones y procesos para la producción orgánica en sus diferentes áreas.

2.5.4 CÍRCULO DEL FRAUDE

El círculo del fraude (Figura 17) es una propuesta metodológica que surge en 2019 como parte del proceso de investigación de tesis de licenciatura donde se aborda la certificación orgánica participativa, así como los riesgos de fraude que pueden existir en un espacio determinado, busca brindar un entendimiento de lo que motiva a un grupo o individuo a cometer un fraude, la diferencia con otros modelos establecidos como lo son el triángulo, el diamante o el árbol del fraude, es que a diferencia de los anteriormente mencionados que se enfocan en los ámbitos contables, empresariales y financieros, el círculo pone atención en el ámbito social en la interacción de individuos con características socioculturales diferentes, interactuando en un entorno con objetivos similares, en este caso se enfoca en su aplicación a la producción orgánica, debido a que han existido fraudes que tienen que ver con más situaciones de las que prevé las estrategias de reducción de riesgos, estas se han caracterizado por el análisis de las consecuencias y no las causas además de que han endurecido medidas que poco son atendidas para prevenir estos riesgos.

Surgimiento y desarrollo

El círculo del fraude se realizó con la evaluación del Tianguis Orgánico Chapingo, así mismo este círculo se complementó con la evaluación rápida de riesgos de fraude que al igual que el círculo del fraude es propuesta en 2019 con la idea de poder tener mayor solidez al momento de hablar de la existencia de riesgos.

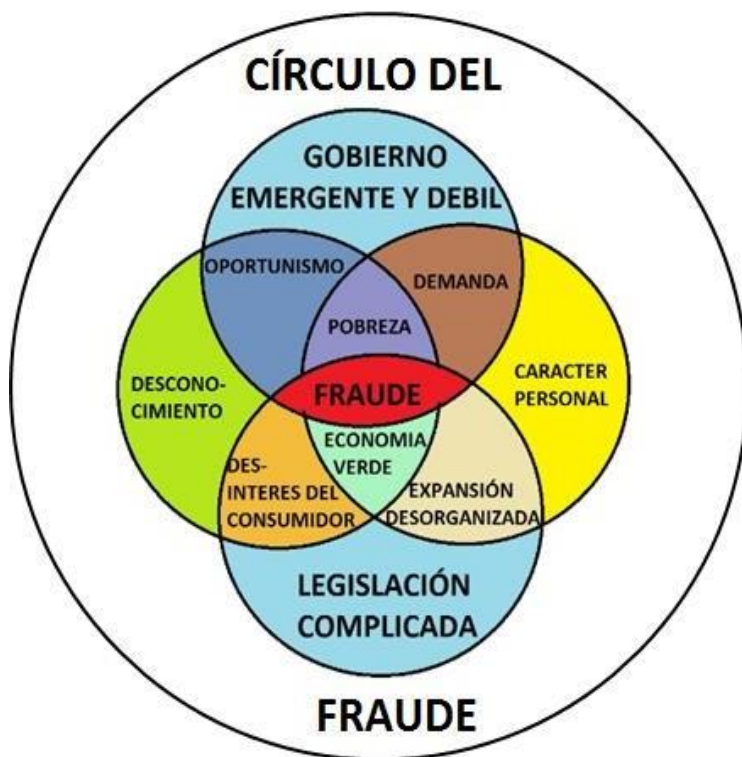


Figura 17: Círculo del fraude presentado en 2019.

Fuente: Chapa, 2019

En la figura anterior se muestra que son 10 elementos que integran el círculo del fraude, se diseñó pensando en que los elementos surgen del nivel macro a nivel micro tomando en cuenta lo nacional, regional y lo individual se consideran algunos elementos de carácter externo como los clientes, los cuales llegan a ser un factor importante a para que sea o no propicio un riesgo de fraude.

Al ser una metodología que esta propuesta para el ámbito social y la interacción de individuos es normal pensar que puede tener algunos ajustes que sean adecuados a los cambios relacionados a los entornos sociales para los cuales esta propuesto, algunos ejemplos de esto son los cambios que se hicieron a los lineamientos para la producción orgánica que entraron en vigor en 2020, así como cambios en la forma del comportamiento de los individuos por la integración o separación de operadores dentro del proyecto Tianguis Orgánico Chapingo.

En este recorrido metodológico se presentaron conceptos que se buscan una relación entre la producción orgánica, los documentos, formas de cumplimiento que se deben tener para lograr este reconocimiento y los conceptos como el fraude así como otros en los que se puede caer por diferentes formas; con esto se pretende ir denotando las relaciones en las que estos temas interactúan pero para reforzar esto se decide mostrar ejemplos de fraudes en organizaciones sociales así como en producciones orgánicas.

2.6 Casos de fraude en la producción orgánica y en organizaciones sociales

La producción orgánica es un mercado que ha crecido aceleradamente, por lo cual cada país en diferentes años ha reportado incumplimientos y fraudes que dejan ver las brechas de riesgo que existen, evidenciando que el endurecimiento en las leyes, así como aumentar en nivel de burocracia no han sido la respuesta al problema.

Por otro lado, las organizaciones sociales se han visto como un medio para “organizar” y hacer llegar beneficios a mayor cantidad de personas, pero en ocasiones se han vuelto espacios para cometer actos que se podrían señalar como fraudulentos.

2.6.1 Estados Unidos y los casos de la Soya

En 2007 se dio un incidente con un envío de soya (soja) declarada como orgánica, que se descubrió que estaba modificada genéticamente. El USDA no tomó ninguna medida (Pates, 2020).

Otro incidente se dio entre 20011 y 20217. Un escándalo con respecto a la producción orgánica que ha sido considerado uno de los más grandes en los Estados Unidos, puesto que no solo engañó a los consumidores, los agricultores y a los consumidores, sino también a los agricultores que seguían las reglas de la producción y estaban en las mismas organizaciones (Foley, 2019)

Este escándalo se debió a que los agricultores cultivaban maíz y soja convencionales los cuales después de la cosecha fueron mezclados con cosechas orgánicas certificadas diluyendo el grano orgánico y comercializando falsamente todo el envío como producto orgánico certificado por el USDA. Los fiscales

afirmaron que el esquema puede haber involucrado hasta el 7 por ciento del maíz orgánico cultivado en los EE. UU. en 2016 y el 8 por ciento de la soja orgánica (Foley, 2019).

El empresario en el centro del fraude fue condenado a 10 años de prisión por fraude orgánico y se le ordenó el decomiso de 128 millones de dólares (Pates, 2020).

2.6.2 Bayas en Chile

En 2017 un consumidor dio un aviso sobre un riesgo de fraude a la aduana chilena, la cual intervino las oficinas de la empresa Frutti di Bosco una empresa comercializadora de frutas en Santiago. Se retuvieron documentos y elementos de trazabilidad que permitieron relacionar un incumplimiento asociado a la producción de frambuesa, encontrando que cientos de toneladas de bayas congeladas cultivadas en China se enviaron a una planta empacadora en el centro de Chile, Frutti di Bosco volvió a empaquetarlas y las renombró como frutas orgánicas premium cultivadas en Chile, luego se enviaron a consumidores en ciudades canadienses, incluidas Vancouver y Montreal (Sherwood, 2020).

La Aduana de Chile calculó que al menos 12 millones de dólares en frambuesas mal etiquetadas se enviaron a Canadá entre 2014 y 2016. Además, la evidencia documental sugirió que las bayas provenían de Harbin Gaotai Food Co Ltd., un proveedor chino que luego se vinculó a un norovirus de 2017, asociado al brote en Quebec que enfermó a 615 personas y quince casos en Minnesota en 2016, (Frozen, 2017) (CIFIS, 2017).

2.6.3 Reino Unido – Alemania producción de huevo

En el Reino Unido y Alemania se dio un fraude relacionado a la producción de huevos; alrededor de 100 millones de huevos mal etiquetados se vendieron a minoristas durante 2 años con una ganancia adicional derivada de 3 millones de libras esterlinas lo que equivale a más de 70 millones de pesos (Pidd, 2010).

El fraude salió a la luz en 2004 cuando comenzaron a circular acusaciones en la industria del huevo de que se vendían en las tiendas muchos más huevos orgánicos en Gran Bretaña de los que posiblemente se podrían poner en las granjas del Reino

Unido. Al mismo tiempo, los investigadores de la Inspección de Comercialización de Huevos notaron durante los controles de rutina que los huevos provenientes del corazón de Inglaterra no eran en absoluto lo que pretendían ser (Pidd,2010).

A principios de 2013, las autoridades alemanas dijeron que habían identificado más de 200 granjas sospechosas de vender huevos orgánicos de alto precio que se decía que no cumplían con las regulaciones orgánicas (BBC, 2013).

2.6.4 Pistacho orgánico en España

España reporta casos relacionados al pistacho orgánico en 2019, esto se descubre a partir de que se inicia una operación de inteligencia sobre el uso indebido de certificaciones ecológicas en pistachos que no cumplían con los estándares agrícolas orgánicos prescritos (Freshplaza Spain, 2020).

Se detecto por parte de la guardia civil española que se realizaba una mezcla de pistachos orgánicos, así como convencionales, además de que se identificó el uso de pesticidas como glifosato y clorato, los cuales se utilizaban para mejorar la calidad de la producción, aumentando el valor económico, los frutos secos se vendieron hasta en un 80 % por encima del precio minorista de los pistachos convencionales (Europol, 2020).

Los pistachos también fueron vendidos en Francia con falsas certificaciones orgánicas. De toda la investigación se lograron 14 detenciones en: Ciudad Real, Madrid y Málaga (España) por fraude contra la salud pública, lavado de capitales, falsificación documental, así como delitos relacionados con el mercado y los consumidores. Se estima que este caso generó una ganancia de 6 millones de euros lo que equivale a más de 120 millones de pesos (Europol, 2020).

2.6.5 Bio-Incident Italia (2007-2011)

En Italia se desplego una investigación dirigida por la guardia de finanzas italiana que se conoció como "Gatto con gli stivali" o "Gatto con botas", sugirió entre 2007 y 2011, la movilización buscaba esclarecer alrededor de 700 000 toneladas de cereales, soja y otras legumbres de origen italiano y rumano que fueron certificadas fraudulentamente como orgánicas. Se estima que el valor de estos negocios fue de

200 millones de euros lo que equivale a más 4 billones de pesos y las supuestas actividades ilícitas incluyeron la falsificación de documentación, así como frecuentes cambios de uso de organismos de certificación orgánica (Massart, 2015).

En esta investigación se encontró una larga cadena de involucrados que fue más allá de los operadores comerciales y los empleados de los organismos de certificación, pues se encontró la falsificación de documentos de certificación que incluían: el plan de producción, título de propiedad de la tierra, contrato de arrendamiento, falsificación de documentos comerciales, notas, o facturas y emisión de certificados para cultivos que no habían sido cultivados; Los involucrados en el fraude establecieron empresas de "corto plazo" que comerciaban con productos orgánicos y después de su cierre intencional, los organismos de certificación no pudieron reconstruir el flujo comercial de bienes a lo largo de toda la cadena de suministro (Food Integrity, 2014).

Varias organizaciones estuvieron involucradas y el fraude se llevó a cabo de una manera compleja y altamente organizada (Yin,2008).

El fraude de certificación orgánica se centró en cereales y granos oleaginosos para alimentos y piensos, incluida la soja (de la India y Moldavia), el maíz (de Ucrania), el trigo blando y el lino, que se informó que estaban modificados genéticamente y contenían sustancias no autorizadas, pero se vendió como orgánico. Los productos se importaron de terceros países (Moldavia, Ucrania e India) a través de una empresa italiana con sede en Malta (Massart, 2015) (Balzan,2016).

2.6.7 Falsificación de certificados orgánicos México

El departamento de agricultura orgánica en Estados Unidos mantiene como una de sus medidas de mitigación del fraude una lista de certificados que han sido falsificados por diferentes empresas, en el caso de México hay un registro de 9 casos donde se encontró que se emitieron certificados falsos (Cuadro 3).

En el cuadro tres se detallan algunas características con las que fueron diseñados estos certificados como el tipo de operación, los alcances, fechas de emisión, el organismo certificador.

Cuadro 3: Certificados falsos identificados por USDA Organic.

Nombre de la operación u empresa	Fecha de publicación por el USDA	Estado	Presunto alcance	Fecha de Supuesta Emisión	Presunto organismo certificador
Lottush S.A. de C.V.	12/31/2020	Edo México	de Distribuidor	05/09/2013	Quality Assurance International (QAI), San Diego, California
Biorganika, Naturals es Mejor	9/8/2020	Colima	Recolección, ganadería, operaciones de transformación, Polvo de péptidos de colágeno orgánico de caldo de hueso de res alimentado con pasto y Verificado sin OGM	04/29/2017	Pennsylvania Certified Organic (PCO), Spring Mills, Pennsylvania
Quality Life Corp S.A., D.E.,C.V., A.V. dba Natshop.com	9/8/2020	Nuevo León	Transformación	05/09/2013	Quality Assurance International (QAI), San Diego, California
J. Jesus Valencia Abarca	5/7/2020	Michoacan	Producción de cultivos de aguacate y moras	07/22/2019	Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale
Campo Agrícola Agua Azul	13/07/2017	Jalisco	Transformación y distribución	12/02/2016	Primus Labs

Agrobioos	08/06/2017	Tierra Blanca	Producción de: limon, coco, maíz, huevo de gallina y vermicomposta	20/04/2015	Organic (OC), California	Certifiers Ventura,
Biofir S.A De C.V	08/06/2017	Veracruz	Producción de: Tamarindo, Papaya, Chile, Mazorca, Sandía, Hummus de lombriz	17/04/2015	Organic (OC), California	Certifiers Ventura,
Renagrotec SPR de RI	15/05/2017	Oaxaca	Producción de: Piña, Limón, Mango	16/11/2015	Organic (OC), California	Certifiers Ventura,
Chia Exportados Co. Ltd. (aka Chia Corp.)	14/05/2014	Guanajuato	Empresa exportadora de Chía y productos de cuidado personal	Sin dato	Maryland Department of Agriculture, Annapolis, Maryland	of

Fuente: Elaboración propia con datos de Servicio de Comercialización Agrícola, departamento de agricultura de Estados Unidos. (USDA Organic, 2020)

Todos estos casos muestran las diferentes áreas en las que se puede afectar la calidad y la integridad de un producto que es reconocido como orgánico. Todas las implicaciones legales nacionales e internacionales que pueden existir cuando se altera un producto orgánico, además de que muchos de estos implican redes internacionales y diferentes formas de encubrimiento que vuelven complicado y muchas veces difícil de costear estos incumplimientos y más aún establecer una alternativa para su reducción.

2.6.8 El fraude en las organizaciones campesinas

Las organizaciones campesinas son agrupaciones que se forman de manera legal o informales que buscan fortalecer alguna de las actividades y tener fuerza de

negociación para defender derechos o hacer solicitudes que en el individual no han sido reconocidos (FAO, S/F).

Aun cuando muchas de las intenciones de las organizaciones tienen el objetivo de promover ideas, valores, o beneficios con sus miembros, existen aquellos que han utilizado estas agrupaciones para hacer un mal uso de la documentación de los miembros.

Existen algunos ejemplos de organizaciones que se han visto envueltas en estos escándalos.

“A través de la promesa de apoyos para la construcción de viviendas, al menos 300 indígenas de la región de Zacapoaxtla fueron defraudados por la Red de Sociedades Cooperativas Región Totonaca, encabezada por Santafé Castañeda Villegas, por un monto de hasta 10 millones de pesos” (Ramos, 2015)”

Se dio otro caso en la organización Tosepan Titataniske donde señalan que:

“Ciudadanos de 22 comunidades de la Junta Auxiliar de Zacatipan, son socios de la Financiera Tosepantomin, la cual pertenece a la organización Tosepan Titataniske. Esta Institución crediticia hizo que los supuestos beneficiarios firmaran un documento que ampara el crédito para su vivienda en más de 72 mil pesos, pero únicamente les entregó en materiales para construcción un monto aproximado de 39 mil pesos; la cantidad restante fue retenida por la financiera, y los indígenas hasta el momento no han recibido explicación alguna sobre esta situación que consideraron como fraudulenta” (Rosas, 2014).

Esto deja ver que los riesgos de fraude y los fraudes están presentes en todos los estratos y se dan sin una distinción de clases, regiones o condiciones.

Conocer la existencia de todos estos incidentes no debe tomarse de manera pesimista pues identificarlos nos permiten tener claridad sobre la dimensión de los problemas; también se debe mencionar que en diferentes países se han establecido algunas formas para prevenir y mitigar el fraude en la producción orgánica por lo cual se decidió cerrar este capítulo con algunas de estas estrategias.

2.7 Medidas de prevención del fraude

El éxito de la producción orgánica depende en gran medida de la confianza que tiene el consumidor para con los sellos, por ello es fundamental que cada eslabón de la cadena Orgánica tenga sistemas y medidas para proporcionar alimentos orgánicos en los que las personas puedan confiar (McNeill,2018).

Con el crecimiento de la producción orgánica han crecido también los problemas con fraudes, por ello siempre han existido posturas sobre cómo se debería abordar este tema y la mejor manera para evitarlos.

Un ejemplo es lo discutido en el “PROGRAMA CONJUNTO FAO/OMS SOBRE NORMAS ALIMENTARIAS” en el año 2011, algunos países aportan opiniones sobre cómo se debe abordar el fraude, las cuales están enfocadas al diálogo entre autoridades competentes, por ejemplo:

“Nueva Zelanda apoya iniciativas para desarrollar un mecanismo que proteja a los consumidores del engaño y del fraude en el mercado y de declaraciones de propiedades de los productos que no estén sustentadas, específicamente la falsa representación de productos agrícolas como orgánicos” (FAO-OMS, 2011)

Por otro lado, algunos países declaran que, aunque se les considera en estas medidas no cuentan con las instancias correspondientes para estas evaluaciones como lo es el caso de México el cual declara que:

“La petición de observaciones e información sobre el intercambio de información entre las autoridades competentes, cuando se sospecha fraude respecto a productos orgánicos es genuino, sin embargo, debería tenerse en cuenta que hay países, que no tienen aún constituida una autoridad competente de control. Por otra parte, la insuficiente infraestructura y personal competente puede ser una limitante para una buena capacidad de respuesta de las autoridades con competencia en la regulación y vigilancia de productos orgánicos o ecológicos, además de que generalmente tienen bajo su responsabilidad otros temas que muchas veces son de mayor problemática por ser irritantes al comercio.” (FAO-OMS, 2011)

Han surgido otras estrategias como el Plan de prevención del fraude, el cual fue presentado al Consejo Nacional de Estándares Orgánicos de Estados Unidos, en la reunión de primavera de 2018, en la que ofrece a las empresas orgánicas un enfoque basado en riesgos para desarrollar e implementar un plan estratégico escrito que garantice la autenticidad de los productos orgánicos (Agroorganico,2022)

El plan está enfocado en identificar, y evaluar las debilidades o vulnerabilidad específica que puede estar presente en una operación orgánica y que representa un mayor riesgo de fraude. Así como reconocer y tomar las medidas preventivas para reducir susceptibilidades propiamente; Establecer un programa de monitoreo que respalde las medidas de prevención de fraude y que estas sean vigentes con un desarrollo del sistema de quejas que se empleará cuando sospeche o detecte fraude (McNeill,2018).

Las prácticas recomendadas pretenden establecer un estándar industrial para que las empresas elaboren continuamente programas y procesos internos que mejoren la integridad Orgánica a través de sus cadenas de suministro asociadas (Agroorganico,2022).

3. METODOLOGIA

El presente trabajo es un estudio de corte cualitativo con elementos cuantitativos, el cual retoma un estudio de continuidad realizado en 2019. Esta investigación se realizó en el periodo comprendido de septiembre de 2020 a mayo del 2022. Se realizó en el Tianguis Orgánico Chapingo, retomando elementos de la investigación realizada en 2019 para poder tener parámetros de comparación, además de incorporar entrevistas y vistas en campo para poder tener un mayor criterio al momento del análisis de los resultados.

3.1 Enfoque de la investigación

La investigación se llevó a cabo por medio de un estudio etnográfico, principalmente realizado con elementos de carácter descriptivo complementado con trabajo en campo y toma de datos cualitativos para brindar más elementos al momento de

realizar interpretaciones, el trabajo en campo fue realizado en diferentes periodos de tiempo donde se pudo llevar a cabo el conocer haciendo, pues fueron actividades que permitieron la observación, pero también la participación.

Se toma de base el estudio etnográfico ya que este permite conocer las tradiciones, roles, valores y normas del ambiente en que se vive, la forma en que se van internalizando poco a poco y generan regularidades que pueden explicar la conducta individual o de grupo en forma adecuada, además de que el objetivo inmediato de un estudio etnográfico es crear una imagen realista y fiel del grupo estudiado y contribuir en la comprensión de sectores o grupos poblacionales que tienen características similares (Martínez,2005), lo que para el área de estudio que es el Tianguis Orgánico Chapingo resulta optimo por la diversidad de su composición.

3.2 Unidad de análisis y ubicación

Para poder analizar los riesgos de fraude en la producción orgánica, además de poder observar cómo se relacionaba el círculo de fraude en un ambiente práctico, se seleccionó como unidad de análisis el Tianguis Orgánico Chapingo ubicado en el pueblo Cooperativo, Texcoco, Estado de México, el cual es un espacio que permite la observación y análisis de sus integrantes de forma individual, a través de sus unidades de producción las cuales se encuentran en diferentes áreas del municipio de Texcoco, la forma en que cada uno ha mantenido su permanencia en el TOCh, así como se lleva a cabo la interacción de todos los integrantes del proyecto en los días de convivencia común que son los días de venta.

3.3 Obtención de la información

La información se obtuvo a través de informantes del Comité de Certificación Orgánica Participativa del TOCh, mediante de pláticas informativas. A los operadores activos del TOCh se les realizaron entrevistas estructuradas, así como abiertas. Se realizaron visitas de acompañamiento junto al Comité De Certificación Orgánica Participativo al menos una vez por cada integrante, además de que se participó de manera activa en las diferentes actividades como talleres, pláticas y

actividades de integración, lo que permitió obtener los datos cuantitativos y cualitativos acordes a los objetivos de esta investigación.

Los instrumentos para la recopilación de la información fueron:

- Evaluación rápida de riesgo de fraude, la cual consta de una agrupación que abarca producción, transformación, venta, adopción de capacitación y tecnología, dividido en una serie de 17 indicadores para su análisis en los cuales se establecen criterios y se asigna una calificación en un rango de 1 a 4, donde 1 es el mayor grado de riesgo de fraude y 4 es el menor.
- Entrevistas abiertas a los operadores activos del TOCh tomando como puntos de guía: el tiempo que llevaban dentro del proyecto, los principales sentires sobre la forma en que este se dirige, Perspectiva sobre la aplicación de la certificación orgánica participativa, relación con los clientes, como conciben a un fraude.
- Entrevistas estructuradas autoadministradas, la cual estuvo dividida en nueve partes a través de las cuales se aborda el estudio de los diez elementos del círculo del fraude, estas se aplicaron en un espacio físico determinado que fue el TOCh con la presencia de un entrevistador externo para evitar sesgos en las respuestas obtenidas, las preguntas estuvieron orientadas a recabar información concreta, destinada a la detección del conocimiento de la legislación de la producción orgánica, actividades productivas, ingreso económico; sobre la conducta entre otras.
- Entrevista semi estructuradas a los consumidores del TOCh donde los puntos guía fueron: el conocimiento del concepto orgánico, el interés en conocer por que un producto es orgánico, la postura ante productos que se hacen pasar por orgánicos, el interés de compra de productos que dejaron de ser orgánicos por algún incumplimiento

3.4 Trabajo de campo

Se realizaron visitas de acompañamiento a las 23 unidades de producción que conforman al Tianguis Orgánico Chapingo, en compañía del Comité de Certificación Orgánica Participativa, lo que nos permitió la observación de la forma de producción

y del actuar en el individual para con el proyecto, además de que se llevó a campo el círculo del fraude para poder observar la interacción de cada punto y si estaban relacionados. Cada operador estaba informado sobre el trabajo de investigación y con cada uno se había tenido alguna plática previa para establecer una claridad en las actividades y la observación.

Parte del trabajo en campo fue la observación de los operadores reunidos en el Tianguis Orgánico Chapingo los sábados y domingos que son los días de venta, estos son los días en que todos los operadores interactúan en un espacio determinado con objetivos compartidos.

Por lo anteriormente mencionado los tiempos utilizados para la reelección de información fueron variados, pero principalmente se pueden señalar en dos grupos el primero que fue las visitas de acompañamiento a las unidades de producción, en las cuales la recopilación de información tuvieron una duración promedio de 2 horas (120 minutos) y en el segundo grupo se habla de los días de venta (sábados y domingos) para estos días se estuvo presente alrededor de 6 horas diarias, debido a estos diferentes tiempos la aplicación de encuestas y el trabajo en campo no fue consecutivo, estuvo adecuado a los tiempos de los operadores y el comité de certificación.

El relacionar la observación con la participación dentro de las unidades de producción, así como en el TOCh los días de venta fue de suma importancia puesto que se logró un conocimiento real de las interacciones, normalizaciones e ideas que tienen los operadores y que no se logran en una única entrevista o un único acercamiento.

3.5 Procesamiento y análisis de la investigación

Concluidas las actividades de campo se continuó con el procesamiento de la información.

El primer grupo de información en procesar fueron las entrevistas estructuradas de los operadores activos, así como de los consumidores, las respuestas se concentraron en bases de datos. Esto permitió agruparlas de acuerdo con los

elementos del círculo del fraude, para su análisis y posibles interacciones, por medio de estadística no paramétrica. La información de los consumidores se agrupó para su análisis en porcentajes y presentación a través de graficas.

En el segundo grupo de información se procesó la información de las entrevistas abiertas y semi estructuradas, de las cuales al momento de realizarlas se tomaron de forma escrita palabras claves, ideas principales y comentarios con temas de interés directos, estas notas fueron transcritas en formato Word para su análisis, interpretación e incorporación.

Se proceso el tercer grupo de información que se obtuvo con la evaluación rápida de riesgos de fraude, el cual se cotejo con una base de datos de la evaluación de 2019, esto para poder realizar las debidas comparaciones y análisis que se presenta en forma de graficas.

Los datos de los tres apartados se analizaron utilizando estadística descriptiva que contempla el uso de bases de datos, medias, modas, diferentes graficas de barras y circulares, así como porcentajes programa utilizado es Excel.

El documento aquí presentado es el resultado del procesamiento, interpretación y análisis de la información obtenida en campo, con esto se busca presentar de manera transparente, ordenada y sintetizada la información de los operadores activos, los consumidores del TOCh y brindar un sustento para las opiniones vertidas en los resultados.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Evaluación de riesgos de fraude en 2022 y su comparación con 2019

El riesgo del fraude en México con respecto a la producción orgánica es un tema que se ha explorado muy poco, además de que alberga diferentes vertientes que se deben tener en cuenta, con enfoques de análisis diferentes; en este apartado se presentan datos de un estudio realizado en 2019 con una repetición realizada en 2022 para poder tener una referencia, el estudio comparativo se compuso de elementos cuantitativos y cualitativos lo que nos permite tener una explicación con mayor amplitud.

En 2019 se analizó el riesgo del fraude con una metodología a la que se denomina “evaluación rápida de riesgo de fraude” (apéndice 1) en la cual se eligen diferentes grupos de análisis para posteriormente separarlos en indicadores y criterios para poder asignar una calificación, el estudio muestra que para 25 operadores activos en ese momento se tenía un riesgo de fraude del 65% y un grado de cumplimiento de 35 % (Figura 18: Porcentaje de riesgo de fraude TOCh 2019.Figura 18).

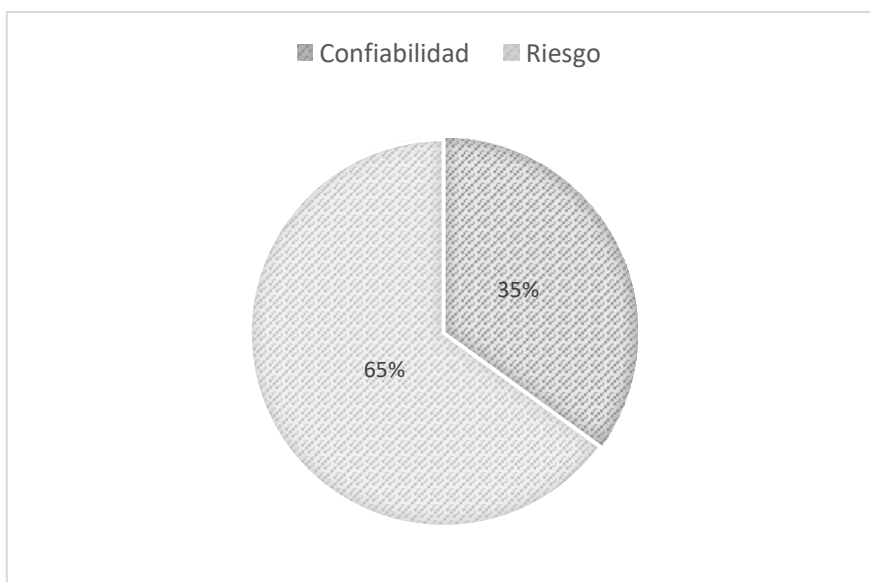


Figura 18: Porcentaje de riesgo de fraude TOCh 2019.

Fuente: Chapa 2019.

Tomando en cuenta los mismos elementos encontrados en la “evaluación rápida de riesgo de fraude” se repitió la evaluación con los operadores vigentes del Tianguis Orgánico Chapingo encontrando que en la actualidad existe un 85% de cumplimiento y un 15% de riesgo de fraude (Figura 19) lo que nos habla de un incremento en la confiabilidad de 50%.

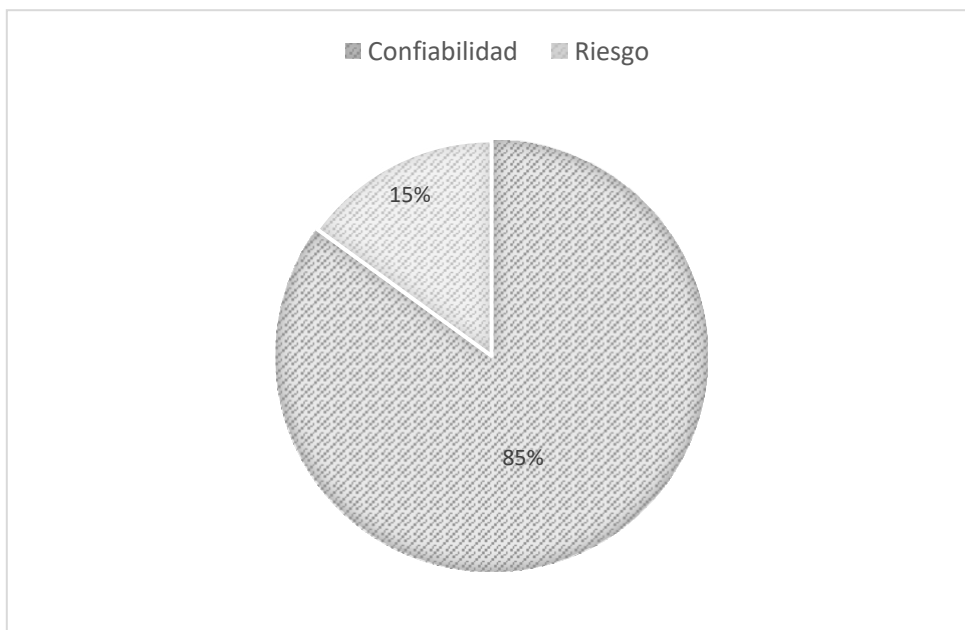


Figura 19: Porcentaje de riesgo de fraude TOCh 2022.

Fuente: Elaboración propia

Este dato responde a los múltiples cambios que se dieron con la pandemia COVID-19, pues fue una situación a nivel mundial que ocasionó alteraciones importantes en la forma en que se ve la vida, además de que el TOCh atravesó por una situación única en sus 19 años que fue un cierre temporal de sus instalaciones por órdenes de la universidad Autónoma Chapingo, esto ocasionó en primer momento una incertidumbre debido a la situación de vulnerabilidad en la que quedaban algunos de sus operadores, pero también causó molestias en otro grupo de operadores.

Como solución al cierre del espacio el presidente de operadores ofreció un pequeño espacio donde se podían ofertar de manera segura los productos, algunos de los

operadores aceptaron, se instalaron con todo lo que ofertaban, solo para hacer entregas; otro grupo de operadores que estuvieron en desacuerdo decidió abrir un espacio diferente, en ese momento se negaron a recibir las visitas de acompañamiento, dejaron de entregar registros como bitácoras, además de que comenzaron a anexar productores a su espacio de venta a nombre del TOCh y con ello tomaron el dominio total de las redes sociales lo que ocasionó una confusión para los consumidores.

Ante esta situación el Comité de Certificación Orgánica Participativa se acercó para poder dialogar con ellos, en primera instancia se negaron de una manera violenta, posteriormente se los notifico de una baja definitiva.

Entonces mucho de este cambio radical en el cumplimiento se debe a la separación de operadores que tenían arraigados costumbres de incumplimiento y que a su vez incitaban al incumplimiento o la dificultad de los procesos de organización y por ende generaban mal funcionamiento del Tianguis Orgánico Chapingo.

4.1.1 Comparación de operadores vigentes en ambos periodos de evaluación

Debido a que la producción orgánica requiere evaluaciones constantes que garanticen el cumplimiento de lo establecido en la ley y los lineamientos para poder ofertar un producto como orgánico es común que en ocasiones algún proyecto deja de cumplir y por ende debe dejar de ofertar su productos con este nombre, en el caso del Tianguis Organico Chapingo ocurre lo mismo, es por eso que el Comité de Certificación Orgánica Participativa realiza visitas por lo menos una vez al año, esto para poder verificar el cumplimiento, además de que los operadores deben cumplir con un reglamento de convivencia interna, por lo cual en algunos casos proyectos dejan de pertenecer al Tianguis Orgánico Chapingo ya sea por incumplimientos en la producción orgánica o en el reglamento de convivencia.

Dicho lo anterior fue necesario hacer una comparación con los integrantes que se encontraron vigentes al momento de ambos estudios, se debe resaltar que los operadores muestran resultados que nos hablan de apropiación importante del proyecto.

En la (Figura 20) se muestra el grado de cumplimiento de operadores observando que en algunos bajó su grado de cumplimiento, esto se debe a situaciones dadas por el Covid-19 que derivaron en pérdida de personas que les apoyaban en la producción, venta, también algunos perdieron sus terrenos de producción, pero lo que es claro que mantuvieron su disposición y apertura para atender las observaciones hechas por el comité de certificación, lo que muestra un interés en querer seguir formando parte del proyecto, diferente a otros operadores a los que al momento de resaltar los incumplimientos o áreas de mejora señalaron que eran acusaciones de carácter personal y que no estaban dispuestos a cambiarlas.

Aquellos que elevaron su cumplimiento muestran una apropiación en las actividades del proyecto y una participación que incita a los demás a tener una mayor identidad con el TOCh y a esforzarse cada vez más en su cumplimiento

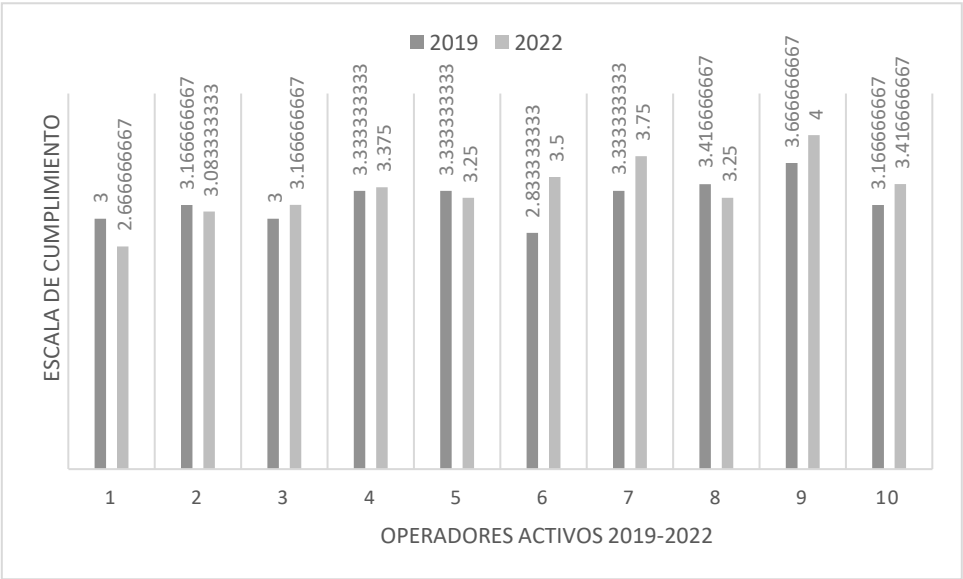


Figura 20: Comparación de riesgos en operadores activos presentes en 2019&2022.
Fuente: Elaboración propia

Esto muestra que cuanto más se involucran los operadores se puede ir teniendo una mayor transición a la disminución de riesgos, esto se refuerza con algunos testimonios como el de una operadora quien señaló que:

“Desde que más de los compañeros se sumaron a los talleres, a las pláticas y al comité me dio más confianza aventarme a invertir porque sabía que me iban a apoyar si en algo no entendía” (operadora activa del TOCh)

En esta comparación se refuerza uno de los elementos presentes en el círculo del fraude el cual es el carácter personal.

4.2 Actualización al modelo círculo del fraude, sus elementos y definiciones

A lo largo de la creación del círculo del fraude se tomaron elementos y se organizó de una forma acorde a las expectativas de la época las cuales cambiaron radicalmente a raíz de la pandemia, de las actualizaciones en los lineamientos para la producción orgánica y de su uso en condiciones prácticas, por lo que desde esta investigación se plantea un reacomodo que responde a las nuevas necesidades, permite darle un grado de solidez mayor, así como un entendimiento para ser usado por otros, más allá de sus creadores.

En su inicio el círculo del fraude contempla a los 10 elementos utilizados dentro de un círculo con subdivisiones que se entrelazan, utiliza colores para resaltar cada uno de los elementos y al centro la palabra fraude, pero no se tuvo una definición de cada punto por lo cual como parte de las actualizaciones se incluye.

4.3 Reorganización de los elementos del círculo del fraude

Con la organización anterior del círculo del fraude se encontró que al momento de ser utilizado por personas que no estuvieron involucradas en su realización, tuvieron algunas confusiones puesto que creyeron que los elementos que estaban entrelazados tenían una relación directa y que la interacción de uno más otro daba como resultado el elemento que quedaba en medio de los dos; un ejemplo de esto es que por un momento se relacionó que el elemento del oportunismo en interacción con la demanda daban como resultado pobreza, y esto más allá de negarse es algo que debe entenderse como elementos separados que en determinado momento o situación pueden llegar a interactuar pero sin ser entendido de forma definitiva.

Para evitar estos detalles de entendimiento se presenta una actualización (Figura 21) a la organización de los elementos en el círculo del fraude dejándolos ordenados alrededor del círculo, denotando que están relacionados y que pueden o no tener interacciones entre sí, pero esto dependerá de la situación y de lo observado por su aplicante, evitando el sesgo o la distracción de las interacciones que pueden llegar a generar un grado de prejuicio.

Con estas modificaciones se deja ver que como todo proceso social los cambios son el resultado de un acercamiento de la academia a la realidad de los productores y como resultado se obtiene un modelo más sólido que puede ser utilizado por diferentes personas independientemente de que conozcan los orígenes del círculo o no.

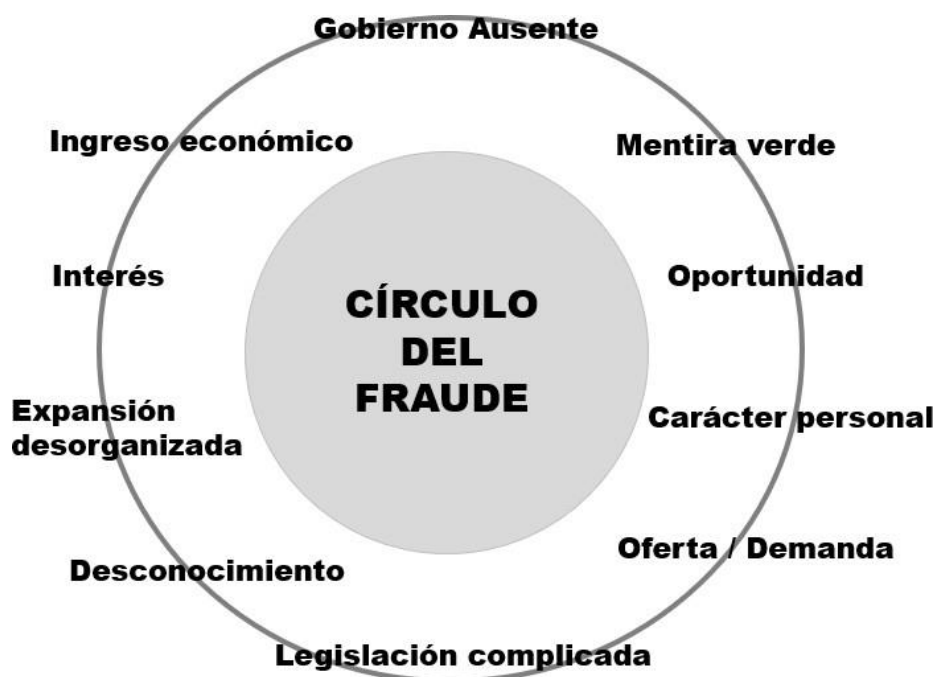


Figura 21: Actualización del Círculo del fraude 2022.

Fuente: Elaboración Propia

4.4 Definición de cada punto que integra al círculo del fraude

El círculo del fraude toma de referencia la forma de la flor de la sustentabilidad la cual considera diferentes elementos que están involucrados en el actuar de las personas de forma grupal o individual.

como parte de las actualizaciones al círculo del fraude otro cambio que se realizó es el ajuste en algunas palabras que se utilizaron en su momento como “pobreza”, “Oportunismo” y “desinterés”, las cuales se observó en la práctica que generaban un sesgo, siendo modificadas para una mayor objetividad, las palabras anteriormente mencionadas se sustituyeron por “Ingreso económico”, “oportunidad” e “interés”

Los elementos que toma el círculo del fraude se describen a continuación.

1. **Legislación complicada:** se refiere a los vacíos legales y contradicciones que existe dentro de la Ley de productos orgánicos, lineamientos, reglamentos y la falta de difusión de actividades, así como el difícil acceso a las formas de acceder a la información por las instancias encargadas de proporcionarlos.
2. **Oferta/demanda:** se entiende como todos los productos con reconocimiento de orgánicos disponibles en el mercado, que los consumidores solicitan y pueden o no adquirir, a cambio de dinero, bienes materiales u otros servicios.
3. **Ingreso económico:** Se refiere al ingreso económico general de un operador y si este es suficiente o no para cubrir necesidades básicas y de recreo para el operador y su familia.
4. **Gobierno ausente:** este punto se refiere a la ausencia de las inspecciones de las instancias responsables de verificar todo aquel producto o espacio de venta que se hace llamar orgánico o con sus sufijos equivalentes “Eco” y “Bio” sin tener una documentación por una instancia que lo avale.
5. **Mentira verde:** Hace referencia a la difusión masiva, con mensajes confusos en diferentes medios sobre los productos orgánicos, ecológicos o biológicos sin un cumplimiento o aprovechando de vacíos legales para el uso de los términos,

que resultan en confusión y actividades permisivas para los consumidores y/o vendedores

6. **Oportunidad:** Este término hace alusión a las circunstancias, o medios idóneos para realizar o conseguir un beneficio referente a la producción orgánica en cualquier parte de la cadena de producción y o comercialización.
7. **Desconocimiento:** en este punto se hace referencia a la falta de entendimiento o conocimiento de lo establecido en las normas referentes a la producción orgánica, su ley, reglamenta, lineamiento, así como a sus manuales de operación, así como los múltiples casos de interpretación.
8. **Carácter personal:** manera en la que una persona reacciona habitualmente frente a una situación, así como la forma de expresar esta manera de reaccionar, señalando si es que posee en un punto inamovible, fomenta la discusión o mantenga apertura al intercambio de ideas.
9. **Expansión desorganizada:** es la manera en que debido a la popularidad que ha adquirido el término orgánico se ha expandido a diferentes espacios de venta sin una supervisión del cumplimiento real, derivando en muchos mercados que se hacen llamar “ecológicos”, “Biológicos” “Naturales” entre otros.
10. **Interés.** Este término es aplicable para los operadores que se dedican a la producción y venta de productos orgánicos, así como a los consumidores de estos mismos productos, a si están interesados en conocer si hay un verdadero cumplimiento para ser ofertados como orgánicos, así como el interés y disposición de los productores en cada día poder ofertar productos con el mayor cumplimiento posible de acuerdo con lo establecido en la producción orgánica.

Estos diez elementos sirven como referente de análisis individual y colectivo, el cual permite conocer el sentir, los metas, objetivos, de cada operador y por ende nos deja ver un reflejo de la situación del espacio dedicado a la venta de productos orgánicos, en este caso del Tianguis Orgánico Chapingo, así como de los consumidores que cada semana visitan el espacio.

4.5 Evaluación con el círculo del fraude para detección de riesgos con operadores del TOCh

En este apartado se presentan los elementos que conforman el círculo del fraude con las respuestas obtenidas de los operadores activos por medio de las entrevistas estructuradas, para posteriormente realizar un análisis de las posibles interacciones que pueden existir entre ellos.

4.5.1 Legislación complicada

Referente a este punto se puede comenzar aclarando que conocer la ley no es sinónimo de entenderla o en determinado caso de aplicarla, una vez dicho esto se encuentra que:

De los 23 encuestados que conforman al TOCh se encontró que el 31% de los productores sabe de la existencia de la ley, pero no la entienden, el 27.3% de los que saben de la existencia de la ley, la conocen.

El 4.5% (1 productor) conocen la ley, pero no la entienden, mientras que el 59% de los productores no comprenden la ley, esto representa que pueden existir riesgos de incumplimiento ocasionados de manera no intencionada

De 31% de operadores que conoce la ley pero no la entienden el 27% considera que el motivo por el cual no la entienden es por qué los documentos que conforman la legislación en si son complicados de entender, el 13% declara que nadie dentro o fuera del TOCh le ha explicado estos documentos, esto podría ser contradictorio debido a que se han realizado pláticas para abordar las normas de la producción orgánica por lo cual cabe la posibilidad que los integrantes que declaran esto no asistan a la reuniones o no las entiendan con este fin.

Relacionado con este punto es necesario tener en cuenta que entender una ley no solo se logra leyéndola, esto debido a que existen muchas definiciones e incluso estilos en la redacción que dejan apertura a la interpretación, también el espacio para los riesgos, no solo en el TOCh si no en todos los operadores que se dedican a la producción orgánica.

4.5.2 Oferta/demanda

La oferta y demanda dentro del TOCh es variada y se asocia a múltiples factores que no siempre es posible monitorear puesto que por mencionar algunos se podría decir: el clima tanto para la producción, como para la venta (por que se ha observado que los días lluvioso hay menos ventas), las diferentes actividades cívicas, sociales o políticas de la región (como los días feriados, los puentes vacacionales o incluso las fiestas patronales) entre otras, a pesar de esto se mantiene una oferta constante la mayoría del tiempo, debido a que algunas producciones son de temporal, esto quiere decir que solo se encontraran los productos en determinadas fechas del año, lo que es ofertado también responde al grado de autoconsumo que mantenga el operador activo y su familia.

Mucha de la demanda se observó que está ligada al grado de confianza o amistad que tiene el consumidor con algún productor y cuando se integra algún proyecto nuevo al tianguis se nota como se debe ir ganando a los clientes principalmente por medio de cómo explica su producción, el trato además de la calidad de los productos. Con respecto a estos apartados se encontró en la (Figura 22) datos que nos muestran cómo se relaciona la oferta y la demanda al autoconsumo, a la necesidad de ofertar los productos en otros espacios, e incluso si se termina la producción total destinada a la venta.

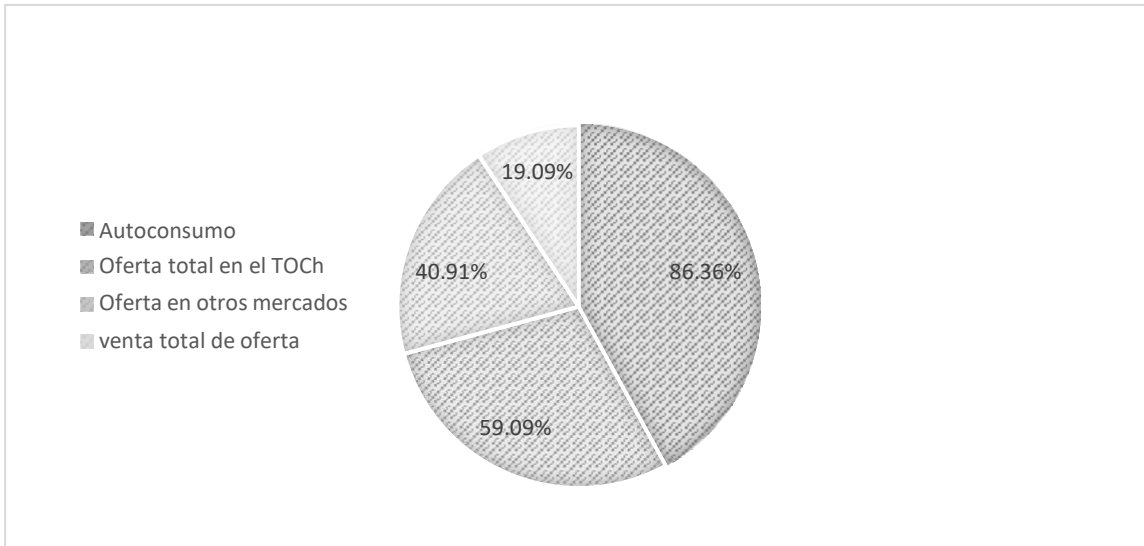


Figura 22: Oferta y autoconsumo en el TOCh.

Fuente: Elaboración propia a partir de información de campo TOCh, 2022

En la figura anterior se observó que el 86 % de los operadores mantiene la práctica del autoconsumo esto se considera positivo pues se liga a una alimentación sana además de que brinda la confianza para los clientes el saber que lo que compran es de la misma cosecha que operadores consumen un ejemplo es el testimonio de un consumidor que señala.

“A mí me gusta comprar aquí porque sé que lo que voy a comer es lo mismo que va a comer la señora que me lo vende, y no hay más confianza que saber que los dos comemos de la misma cosecha” (consumidor del TOCh)

el 59% de los operadores declara que su producción se oferta en el TOCh pero también en otros mercados, esto se puede considerar una ventaja puesto que se promueve la venta de productos sanos en otros espacios además de que se difunde el mensaje de la producción orgánica en diferentes espacios comerciales más allá del TOCh; esto también está ligado con el 80% de los operadores que declaran que no venden todo lo que ofertan pero para tener un dato más preciso en la Figura 23 se detalla el porcentaje que le sobra aproximadamente.

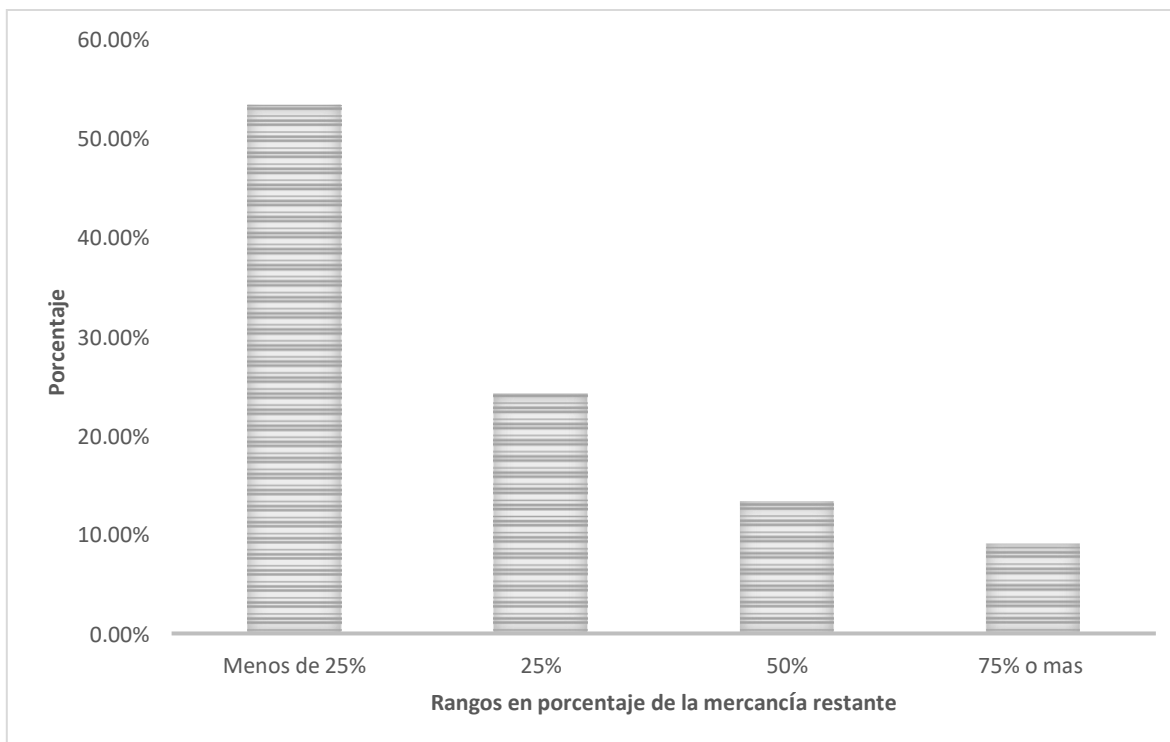


Figura 23: Porcentaje de producto sobrante.

Fuente: Elaboración propia a partir de información de campo TOCh, 2022

En la figura anterior se muestra que al 53% de los operadores les sobra menos del 50% de lo que ofertan en el TOCh, a un 24% le sobra alrededor de un cuarto de lo que ofertan y a menos del 10% les sobra un 75% o más de los productos ofertados; en este punto es necesario también reconocer que algunos de los productos que sobran con mayor frecuencia son procesados por lo que se mantienen en stock por un determinado tiempo, mientras que se observó que los productos que llegan a sobrar y que son perecederos son utilizados como un medio para el truque entre los operadores, esto con la finalidad de adquirir una mayor diversidad de productos para su consumos.

4.5.3 Ingreso económico

A raíz de la pandemia toda la economía se ha visto afectada en los diferentes sectores de la población lo que ha causado que se alteren los patrones de consumo y por ende algunas familias tengan menos ingresos que otras.

Se debe tener en cuenta que para poder considerar que el ingreso económico es suficiente debe ser posible cubrir necesidades básicas como la alimentación, la salud, la educación entre otros, con base en esto se encuentra que el 14% de los productores que ofertan en el TOCh dependen totalmente de los ingresos que este les genera, por otro lado, el 100% de los integrantes señalan que el ingreso es insuficiente, explicando el que sea 86% que tiene otros ingresos por actividades diferentes al TOCh.

Ante estas declaraciones surgen algunas interacciones que relacionan a los elementos del círculo del fraude puesto que 68% de los operadores indica que su ingreso es insuficiente y de estos, el 67% no entiende la ley, entonces surge una posibilidad de riesgo donde se puede relacionar a la legislación complicada, la oferta y demanda, así como el ingreso económico insuficiente, como interacciones negativas que podrían llegar a ocasionar que se ofertara la producción como orgánica en otros espacios de venta que no están autorizados.

4.5.4 Gobierno ausente

En este apartado se preguntaron diferentes situaciones que involucran al actuar del gobierno en el nivel nacional, estatal y municipal, con respecto a la producción orgánica, además de la actividad que este mantiene por medio de las instancias pertinentes referente a la vigilancia del cumplimiento, o llamados de atención a productos que se hacen pasar como orgánicos.

Se encontró que al 64% de los operadores les interesa conocer cómo es que está actuando el gobierno en los diferentes niveles con respecto a la producción orgánica. Esto se vio presente al momento que como se menciona en el marco teórico el secretario de Agricultura señala que puede existir charlatanería en la producción orgánica; esta declaración ocasionó algunos descontentos a operadores que consideran que todos los días se esfuerzan para cumplir con lo establecido en la producción orgánica para que se ponga en duda de una manera muy a la ligera; también entienden que existen casos pero consideran que son muy poco vigilados.

Por otro lado, el 54% de los operadores declara que no han escuchado, visto o participado en cursos, talleres mensajes por parte del gobierno con respecto a la

producción orgánica; esto se refuerza con el hecho de que a pesar de que existen ciclos de conferencias no son del todo enfocados a este sector y las pláticas que se han dado, no abordan los temas de interés como la legislación, los casos de éxito de la producción orgánica o las acciones que se están tomando para disminuir los riesgos de fraude.

Del 46% que declara que, si ha escuchado alguna plática o asistido a algún taller respecto a la producción orgánica el 50% no ha comprendido del todo los temas, debido a que son temas muy generales explicados en muy poco tiempo, y por ende no se siente con la confianza de compartir esta información, también señalan que los cursos donde se abordan temas que les interesarían son muy caros.

Se pregunto a los operadores si ellos conocen alguna inspección que se haya realizado a productores orgánicos para verificar su cumplimiento o si conocen de alguna sanción aplicada por algún incumplimiento; ante esto el 63% de los operadores declara no conocer algún caso de sanción o evaluación para la verificación de la veracidad de los productos orgánicos, el 37% que sabe de alguna inspección hace referencia a las aplicadas dentro del TOCh por parte del comité y por otras instancias que en ocasiones no están relacionadas directamente con la producción orgánica.

Estos datos nos muestran que el gobierno en sus diferentes estratos está alejado de la vigilancia de la producción orgánica, pues a pesar de que existe una legislación que anteriormente ya se observó que es confusa, tampoco se da seguimiento al cumplimiento de los productos que se ofertan como orgánicos, lo que abre otra ventana para los riesgos de incumplimiento y se suma a la posibilidad de interacciones del círculo del fraude, puesto que da la idea de que algún operador dentro o fuera del TOCh podría ofrecer sus productos como orgánicos y la posibilidad de que sea sancionado es muy baja.

4.5.5 Mentira verde

Este apartado se ha extendido a diferentes rubros en las cadenas de producción originalmente en alimentos y más recientemente en productos de uso cotidiano, esto aprovechando los vacíos legales para el uso de términos, o en ocasiones la baja

vigilancia al uso de términos regulados, por estas razones es más común encontrarnos anuncios de productos que se denominan ecológicos, biológicos u orgánicos sin un comprobante de esto, además del uso excesivo de otros términos como verde, amigable con el ambiente, natural, fresco entre muchos otros que pocas veces pueden garantizar lo que en sus etiquetas o publicidad declaran.

Esto afecta a los productores que se esfuerzan por mantener un cumplimiento para poder ofertar sus productos como orgánicos debido a que la competencia en el mercado es muy grande, así como la confusión que se genera por parte de los consumidores.

Respecto a lo anteriormente comentado se le preguntó a los operadores del Tianguis Orgánico Chapingo (Figura 24), si ellos habían notado anuncios que les parecieran confusos y que hicieran referencia a la producción orgánica, se les consultó si es que habían notado un incremento cerca de sus localidades o de sus espacios de venta de productos naturales o notado el incremento de espacios denominados “alternativos” por otro lado se pregunta si es que en algún momento ellos han ofrecido algún producto como orgánico sin la certeza de que este cumpliera y si esto les había ocasionado algún reclamo.

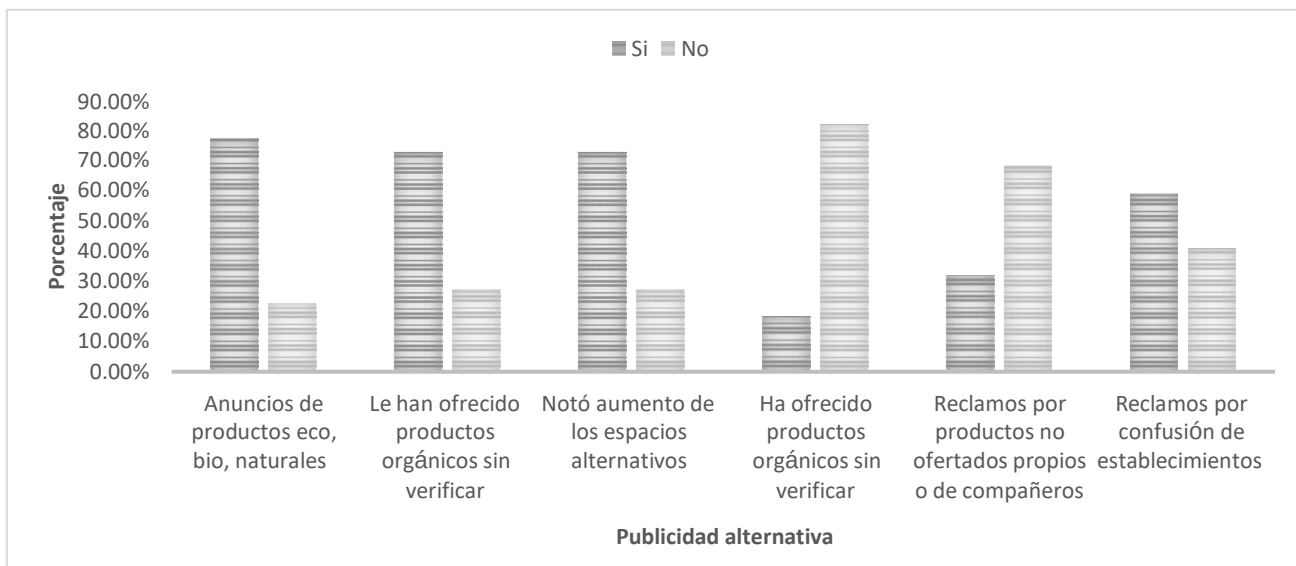


Figura 24: Oferta de productos verdes y espacios alternativos.

Fuente: Elaboración propia a partir de información de campo TOCh, 2022

Con base en la figura 26 se encontró que el 77% de los operadores han notado diferentes anuncios que hacen referencia a productos que de primera impresión podrían parecer orgánicos, señalan que los han observado en televisión, medios impresos, radio entre otros, ligado a esto el 72% señala que la cantidad de productos que les han llegado a ofrecer como orgánicos ha crecido con respecto a otros años pero lo que sigue sin crecer es la comprobación de que dichos productos cuentan con un certificado que los avale como tal, esta situación principalmente el 72% lo ha observado en nuevos espacios que se han abierto y se denominan alternativos.

Un dato que resultó evidente al riesgo es el que señala que el 18% de los operadores han ofertado productos como orgánicos sin una verificación adecuada, se explicó que sucedió durante un periodo donde no se tenía una claridad sobre los certificados de la producción orgánica, sobre las diferencias de lo organico con lo agroecológico, aun así, deja evidencia de riesgos que deben ser monitoreados constantemente para evitar que lleguen a repetirse.

Una consecuencia de la mentira verde es que en ocasiones lleguen reclamos al TOCh por productos que no son ofertados en este espacio, y que más bien son

vendidos en un espacio fuera de las instalaciones del Tianguis Orgánico Chapingo, que se denomina mercado alternativo el cooperativo; un 59% de los operadores activos mencionan que mínimo una vez le han hecho reclamos debido a la confusión de los espacio de venta y el 31% menciona que al menos una vez se les han hecho reclamos por productos que no son ofertados en el TOCh.

Todo esto deja ver como la falta de regulación y toma de acciones de las instancias correspondientes ocasiona que se oferten productos con una denominación que no les corresponde y causen afectaciones a aquellos que, si cumplen, además de que abona al desconocimiento y desinformación de los consumidores.

4.5.6 Oportunidad

Este es un elemento que está presente en otras herramientas de análisis del fraude, se conservó porque es de suma importancia entender como esta oportunidad está estrechamente ligada a la motivación que puede tener un operador ya sea en metas propias o en metas del proyecto en el que se desarrolla, en este caso el TOCh.

Ante esta situación se observó que un 81% tiene metas propias a cumplir dentro del proyecto mientras que el 19% que no las tiene muestra una actitud más pasiva ante el cumplimiento de las metas del Tianguis Organico Chapingo.

Con respecto a la oportunidad que puede existir para cada operador esta va a depender de como la interprete el mismo de acuerdo con situaciones circunstanciales y al sentir sobre su permanencia en el tianguis un ejemplo de esto es que el 45% de los integrantes declara que no ha logrado sus objetivos dentro del proyecto, ante esto surge la incógnita sobre si ¿los operadores que consideran no haber alcanzado sus objetivos sienten una apropiación o se cambiaran a la menor oportunidad ? y la respuesta a esto es que el 47% de tener una oportunidad de venta ocasional o definitiva en otros espacios, lo elegirían. Esto genera situaciones que en ocasiones haga caer a algunos de los operadores en desinterés que se traduce en retraso para el avance de las metas del TOCh.

Además, se preguntó que si en una situación determinada donde ya se agotó un producto y el cliente lo pide ¿se busca la forma de conseguirlo para no perder al

cliente? ante este planteamiento el 48% declara que si buscaría cualquier forma para no perder al cliente.

Esta respuesta es importante, no solo en la ventana de riesgo y posible indicador de alteración en los registros de producción, si no también nos habla de que por el afán de no perder al cliente se está dispuesto a llegar a pasar por alto actitudes en su comportamiento que podrían llegar a ser inapropiadas.

Conforme se avanza en el análisis de los elementos del círculo del fraude se pueden observar una mayor cantidad de interacciones entre elementos ejemplo de esto es el hecho de que el 72% de los productores que estarían dispuestos a conseguir lo que el cliente requiera, no comprenden la ley, el 47% de los productores que dicen tener ingresos insuficientes están dispuestos a conseguirle a cliente lo que solicite, entonces ante esto el riesgo se podría señalar en que el 23% de los operadores dicen tener ingresos insuficientes no conoce la ley y están dispuestos a conseguir lo que el cliente solicite.

Esto quiere decir que se ven al menos 3 elementos del círculo del fraude involucrados: oportunidad de venta, ingreso económico insuficiente, desconocimiento de la ley, sumado a esto puede existir la confianza de que al conocer tan poco seguimiento por parte de las autoridades la probabilidad de que sean sancionados es menor.

4.5.7 Carácter personal

Este es uno de los elementos que pueden causar mayor afectación no solo en los casos de riesgo relacionados al fraude si no también en las posibles soluciones que se puedan llegar a buscar, esto debido a que mucha de la disposición al cumplimiento, la organización, la apertura al intercambio de opiniones e incluso la resolución de conflictos esta influenciado por la personalidad, lo que hace que se requiera mayor cantidad de tiempo y actividades para lograr avanzar en las metas que pueda llegar a tener el TOCh.

En este sentido es importante mencionar que en ocasiones el carácter personal también afecta a la percepción que se puede llegar a tener sobre las situaciones

que ocurren dentro del tianguis, presentando falsas ideas como que es un espacio de poder y el que lo tienen manda, esto llega a ocasionar conflictos donde no deberían por que existir.

En la (Figura 25) se muestran algunos factores de la personalidad y como los operadores responden a estos ocasionando que se involucren más o menos en las actividades y conflictos del TOCh.

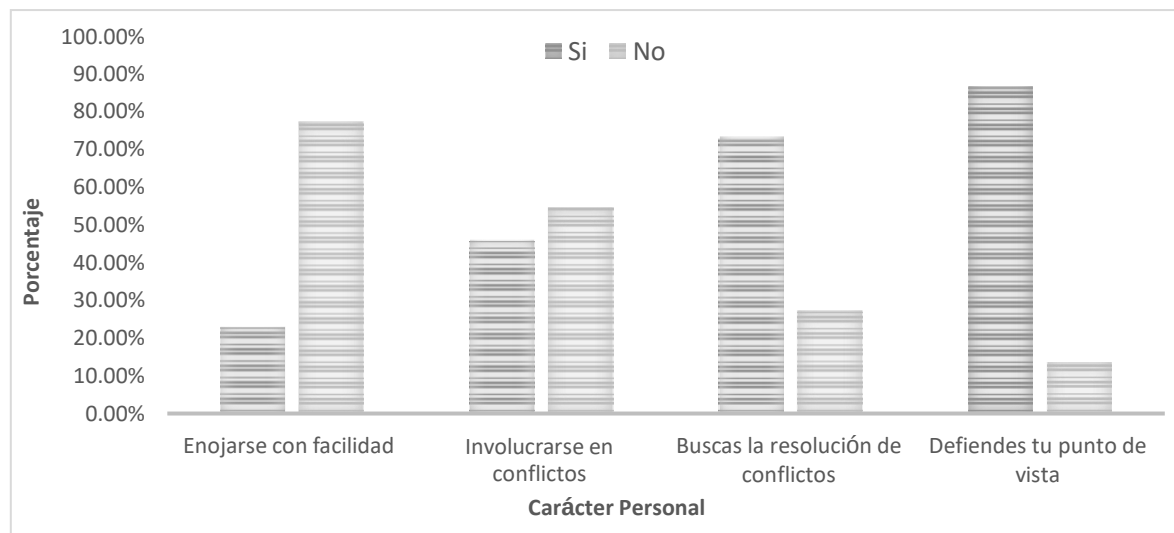


Figura 25: Factores de la personalidad.

Fuente: Elaboración propia a partir de información de campo TOCh, 2022

En la figura anterior se muestra como algunos factores de la personalidad pueden estar presentes y hacer que exista diferentes formas de involucrarse en las actividades y resolución de conflictos entre operadores o ante situaciones externas, es importante ver la relación que puede existir en el 22% que considera se enoja con facilidad con respecto al 27% que no busca la resolución de conflictos, también se señala que el 54% no está dispuesto a involucrarse, esto en ocasiones nos lleva a perder la oportunidad de escuchar una buena idea para la resolución de algún conflicto o situación dentro del TOCh.

Esta falta de interés en ocasiones puede deberse a timidez o apatía, pero igual se traduce en una baja participación un ejemplo de esto es que un 31% de los operadores no expresan sus dudas y opiniones en reuniones del TOCh y no siempre

es claro si es por timidez o por alguna otra situación de represión o sentir no sentir confianza con los miembros del comité o de la mesa d operadores.

Con respecto a lo que se menciona anteriormente es importante saber cómo es percibido el ambiente y la comunicación de los operadores con los miembros del comité de certificación, por ello como se muestra en la () las opiniones están divididas y esto puede deberse a múltiples factores que van desde lo personalidad de cada integrante hasta la poca permisibilidad que se ha tenido con los operadores.

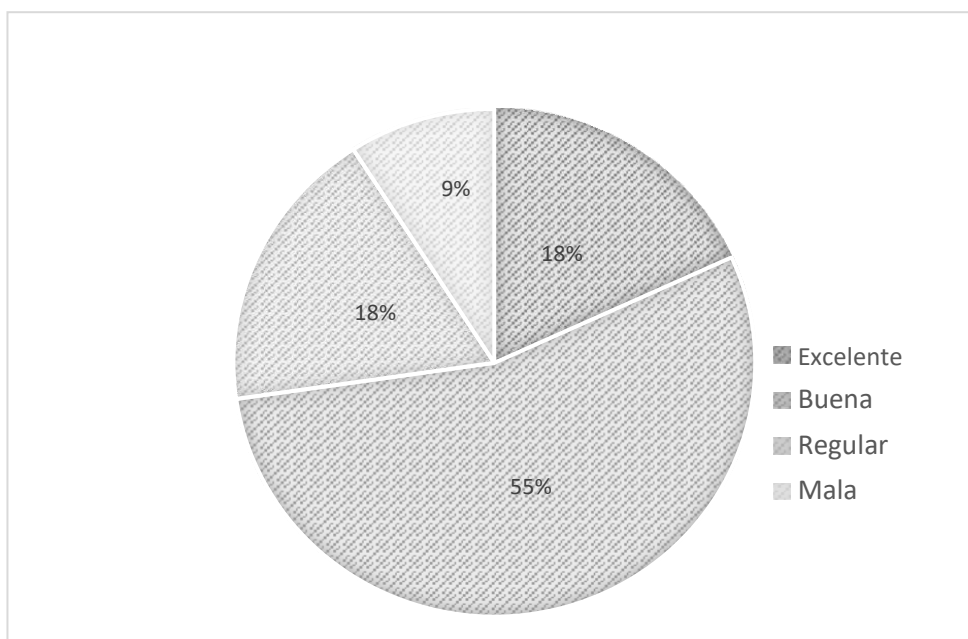


Figura 26: Percepción del ambiente y comunicación de los operadores con el comité de CCOP.

Fuente: Elaboración propia a partir de información de campo TOCh, 2022

El 55% de los operadores que podría considerarse mayoría opinan que las relaciones de comunicación y la convivencia son buenos, esto en gran medida puede estar relacionado con el incremento en el número de integrantes del comité de certificación puesto que hay mayor posibilidad de poder acercarse ya se a con uno o con otro para abordar un determinado problema o inquietud que pudiera existir por parte de los operadores.

Aun con esto existe el 18% de los operadores que considera que es regular dejando en visto que hay situaciones que se podrían mejorar, al igual que el 9% que consideran que la comunicación y el ambiente de convivencia es malo, la diferencia con el segundo resultado es que hay que tener una diferenciación entre lo que puede estar en discusión o con apertura a el dialogo y las situaciones principalmente relacionadas al cumplimiento de la norma en las que no se puede ser flexible porque de serlo se podría estar permitiendo un riesgo o en casos más extremos un fraude.

Como parte de las relaciones que hemos estado analizando, en este rubro se encuentra que el 45% de los productores que no comprende la ley, indica que no expresa sus opiniones o dudas en las reuniones que se llevan a cabo dentro del TOCh, esto nos es de utilidad para saber por dónde se deben ir abordando las problemáticas, entendiendo que un taller para explicar la norma no sea tal vez tan adecuado y se deba iniciar con talleres enfocados a la participación de los operadores.

4.5.8 Expansión desorganizada

Este rubro está estrechamente ligado a la mentira verde puesto que mientras más espacios son establecidos como verdes, cercamos, naturales, y otras tantas definiciones que no tienen un respaldo legal más se fomenta la oferta de productos con estas denominaciones que causan confusión a los consumidores y mantienen una competencia desleal con los espacios de venta como el TOCh y con los productos que realmente cumplen para ser ofertados como orgánicos.

Ante estas situaciones los operadores activos del Tianguis Orgánico Chapingo declaran que el 81% ha observado diferentes espacios que se hacen llamar alternativos y han comprado algún producto dentro de estos espacios.

También se declara que el 22% ha preguntado si estos espacios cuentan con alguna regulación y la respuesta ha sido negativa señalando que son espacios que se han instalado para satisfacer la idea de consumo responsable que se ha implantado en muchos consumidores, aunado a esto el 77% considera que estos espacios han crecido muy rápido en poco tiempo lo que les genera desventajas al momento de

competir por que en los espacios alternativos son pocas las normas que hay que cumplir contrario a la producción orgánica.

Esta expansión desorganizada de igual manera está vinculada a otros elementos del fraude como ya se mencionó la mentira verde, también con elementos de carácter externo como el gobierno ausente y la complicación en la legislación de la producción orgánica lo que puede causar tentaciones en algunos productores donde debido a la personalidad se podría llegar a racionalizar en caso hipotético lo siguiente ¿cuál es el caso de esforzarse el doble o más para producir un alimento para venderlo en un espacio determinado si en otros espacios lo puedo vender con el mismo nombre, el mismo precio y con menor esfuerzo?.

Mucho de lo que influirá para que este caso hipotético no se llegue a convertir en realidad está relacionado con la personalidad, la oportunidad de poder ofertar en otro mercado, y de igual manera el desconocimiento, entre otros.

4.5.9 Interés y Desconocimiento

Este conjunto de elementos tiene dos vertientes de análisis una por parte de los operadores y otra por parte de los consumidores, en este apartado solo se aborda las repuestas de los operadores activos del Tianguis Organico Chapingo mientras que la opinión de los consumidores se aborda en el apartado siguiente, una vez hecha esta aclaración encontramos que:

El 90 % de los operadores declara que conoce la diferencia entre un producto organico y uno convencional, el 10% que señala algún tipo de desconocimiento menciona que es principalmente en los productos procesados pues hay elementos como el etiquetado que se debe incluir que les resulta complicado.

Este conocimiento sobre la diferencia entre un producto y otro permite que el 77% muestre interés en investigar, preguntar o platicar sobre los productos orgánicos y su cumplimiento, si bien este dato es importante se debe tener en cuenta también al 23% que no está conociendo sobre la producción orgánica o incluso platicando sobre esta, pues al no haber expresiones se puede quedar con ideas mal concebidas y abonar al desconocimiento.

Ligado al interés y conocimiento de la producción orgánica el 90% de los operadores considera que cuando le preguntan sobre el porqué su producto se considera organico, este puede responder de una manera satisfactoria, lo que habla de una mayor apropiación de conceptos y del proyecto en si reflejando mayor seguridad y confianza para los consumidores.

Sumado a esta cultura del conocimiento de la producción orgánica el 77% de los operadores menciona que cuando le ofrecen algún producto organico, ellos preguntan por qué se considera orgánico o si tiene algún documento que lo certifique como tal.

A pesar de que parecieran solo noticias buenas también se preguntó a los operadores ¿si se llegara a dar el caso de que algún vecino les pidiera vender sus productos por única ocasión y estos no están revisados pero el operador sabe que están producidos de manera natural el aceptaría? sorprendentemente el 27 % de los operadores respondió que lo haría, lo cual corresponde en gran medida al mismo porcentaje de operadores que no entienden, al ley, y a los que no opinan o preguntan dentro de las actividades del Tianguis Organico Chapingo, dejando un reto mayor para los miembros del comité pues es obligación de estos reforzar las pláticas de convivencia y apertura a la comunicación, al mismo tiempo que monitorean los registros de la producción para saber que no se está vendiendo producto de más.

4.5.10 Interacciones observadas entre los elementos del círculo del fraude

Aun cuando dentro de los elementos descritos anteriormente se fueron mencionando algunas interacciones es en este espacio donde se busca presentar aquellas que saltaron más a la vista y mostrar cómo se podrían señalar en el círculo del fraude resaltando que no son las únicas formas de interacción y que no deben ser vistas como regla, pues esto sesgaría la objetividad de aquellos que utilicen esta herramienta, además de señalar que puede existir un gran número de interacciones que mucho dependerán del lugar donde se esté evaluando, el tiempo que lleva funcionando determinado espacio entre otros.

Dicho lo anterior se muestra un ejemplo de cómo se pueden dar las interacciones (figura 29) en determinados momentos y como se representarían dentro del círculo.

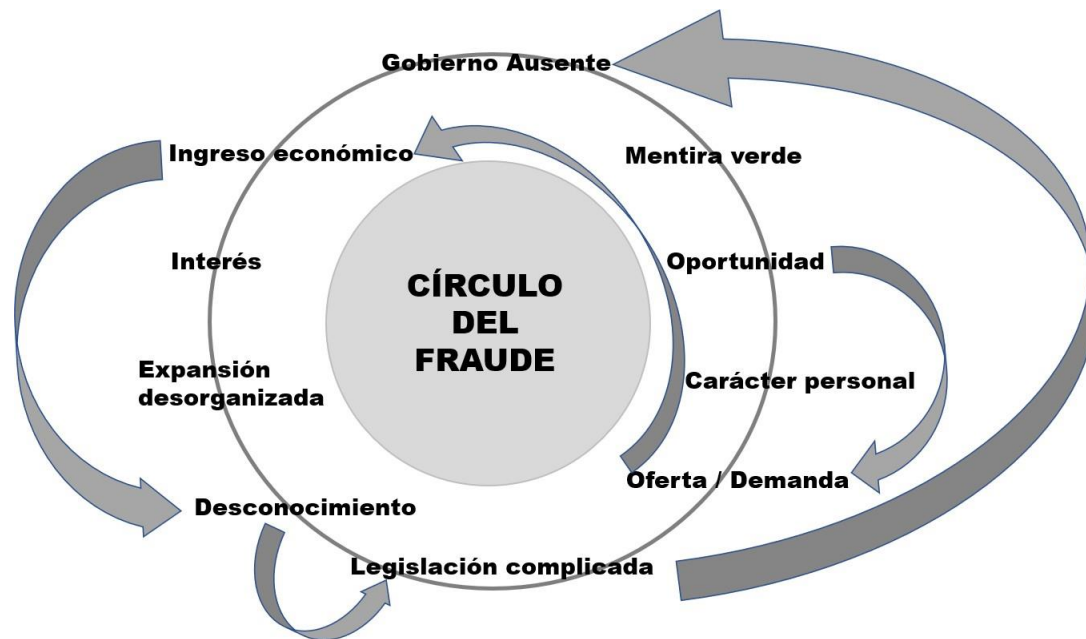


Figura 27: Interacción de los elementos del círculo del fraude.

Fuente: Elaboración propia a partir de información de campo TOCh, 2022

De la imagen anterior se puede mencionar que se tiene como factor detonante la oportunidad la cual se relaciona a la oferta y la demanda que a su vez se entrelaza con el ingreso económico que se vio anteriormente que en la mayoría puede llegar a ser insuficiente, todo esto puede llevar a una justificación a través del desconocimiento y argumentando que la ley es complicada y que el gobierno se encuentra ausente de estos temas teniendo como resultado que exista múltiples riesgos que de no ser atendidos sin duda derivaran en un fraude.

Se debe mencionar que para atender los elementos y evitar que se llegue al fraude no es necesario atenderlos en el orden que se originan esto debido a que hay situaciones que están fuera del alcance de los implementadores como son los elementos que se encuentran relacionados con la legislación o con el gobierno.

4.6 Percepción de los consumidores respecto a la producción orgánica y los riesgos de incumplimientos

En el desarrollo y crecimiento del sector organico, así como en el crecimiento y en la preservación del Tianguis Organico Chapingo es el consumidor quien ha jugado un papel clave, pues es él quien se da cita cada sábado y domingo al espacio de venta, es quien reconoce el trabajo y la confianza de la cual puede o no gozar determinado productor, esto es en sí lo que han buscado los sistemas participativos de garantía.

Aun con esto es un poco diferente cuando se habla de Certificación Orgánica Participativa puesto que esta se encuentra dentro de la ley de productos orgánicos, entonces se encuentra frente a un reto doble el cual es dar la confianza a los consumidores y cumplir con lo establecido en la legislación orgánica en México.

Esto pareciera poco relacionado a los consumidores, pero entra en relación cuando se tiene que dar de baja a algún operador por diferentes incumplimientos, es ahí cuando se tiene que explicar a los consumidores el porqué de la baja y esperar a que la reacción sea positiva, aunque en ocasiones no ha sido así puesto que se han tenido testimonios como los siguientes:

“Y que tiene que no cumpla con lo organico, también puede vender aquí y la universidad debería darle la oportunidad”

“Yo le voy a comprar, si cumplen ya después decidiré”

Ante estas declaraciones se denota que no hay una claridad para los consumidores sobre lo que implica que un producto organico.

A continuación, se presentan los resultados de una encuesta aplicada a 800 consumidores donde se buscó conocer su conocimiento sobre la producción orgánica, su interés sobre la producción orgánica, los incumplimientos, y su predisposición a comprar productos.

De esta encuesta se encontró que el 87% declara conocer la diferencia entre un producto organico y uno convencional lo que queda entre duda debido a que se les pidió que usando sus palabras definieran un producto orgánico y se encontraron

respuestas tan variadas donde algunas son precisas otras se acercan a las definiciones, pero otras están alejadas de coincidir con lo que es un producto organico (Figura 28)



Figura 28: Palabras con las que se asocia a la producción orgánica.

Fuente: Elaboración propia a partir de información de campo TOCh, 2022

En la figura anterior se muestran las principales palabras con las que se asocia a la agricultura orgánica, la figura esta ordenada a modo de que las palabras más erradas respecto a la definición de agricultura orgánica estén en la parte superior mientras que a medida que descienden se acercan un poco más al concepto que podría encajar mejor con la definición.

Lo anterior nos demuestra la importancia del consumidor no solo como parte del mercado si no también como pieza clave al validar desde un desconocimiento algo como organico cuando puede estar muy lejos de cumplir este término, también nos presenta el reto de que se debe fortalecer las pláticas, así como la información que se da a los consumidores para ir generando un grado de conciencia mayor, esto es una tarea constante debido a que siempre llegan consumidores nuevos y que no todos asimilan la información en la primera platica.

5. CONCLUSIONES

El Tianguis Orgánico Chapingo es un espacio que opera con la Certificación Orgánica Participativa, además de que se encuentra inmerso en interacciones sociales cambiantes y es en este sentido de cambio que se presentan los riesgos de fraude, así como las formas de disminuirlo tal cual se observó al compararlo con lo reportado en 2019, una reducción del 50% de los riesgos de fraude la cual se asoció con la pandemia.

Con los datos obtenidos se aceptó la hipótesis sobre la existencia de cambios en los riesgos de fraude concluyendo que estos cambios son positivos y que en efecto pueden ser asociados a los elementos incluidos en el círculo del fraude.

La ejecución práctica del círculo del fraude permitió entender que algunos de los términos planteados en su versión anterior, así como la forma en que se distribuyeron, requerían de actualizarse específicamente en la forma de su organización dentro del círculo y de algunos de los elementos utilizados como el término “Pobreza”.

La definición de los términos del círculo del fraude ligado a su ejecución más allá del planteamiento teórico demuestra que todos los elementos de forma aislada o conjunta implican un riesgo de fraude, sin embargo, si interactúan implican un riesgo de fraude significativo y deben ser atendidos de forma preventiva y/o correctiva.

El círculo del fraude es un método que está listo para poder ser replicado a otros espacios de índole regional e incluso nacional por lo que los estudios sobre fraude en la producción orgánica deben continuar para seguir fortaleciendo la credibilidad del sector orgánico en México con sus consumidores nacionales y del mundo.

6. RECOMENDACIONES

El Tianguis Orgánico Chapingo ha avanzado pero su riesgo de fraude sigue latente, por lo cual basado en lo observado en campo como en los resultados del círculo del fraude y los diferentes acercamientos con los espacios que participan en el TOCh se recomienda lo siguiente:

Contar con reglamentos que estén en constante actualización, con una firma y discusión de entendimiento por parte de todos los operadores activos, esto para poder reforzar los conceptos con respecto al cumplimiento de la producción orgánica, sobre cómo se ingresa al proyecto, cuáles son las principales causas de baja temporal, definitiva o de cualquier otra sanción; Con este conocimiento apropiado por los operadores ellos lo puedan retransmitir a los consumidores para poder reforzar la imagen positiva del proyecto y seguir con la misión de desmitificar que las visitas de inspección son elementos de opresión, ya que esta idea también esta arraigado en la memoria de los consumidores.

Unificar los niveles de protocolo a utilizar en las diferentes actividades del TOCh, mantener un entendimiento colectivo de lo que significa natural, transición, así como los tiempos que puede llevar a cada operador transitar de un concepto a otro en la realidad.

Mantener una estructura formativa para los puestos de coordinación y representación esto con la finalidad de poder rotar los cargos de una manera constante y que todos los operadores estén capacitados para ocupar algún cargo o para poder participar activamente.

Continuar con las actividades como los tequios y talleres donde los operadores comparten sus experiencias, errores y aciertos en la producción pues esto permite aumentar la comunicación, fortalecer el tejido social al mismo tiempo que fortalece las redes de cumplimiento.

Mantener claro el organigrama y la posición de cada integrante con alguna responsabilidad o facultad en la toma de decisiones para poder mantener una claridad en las estructuras de funcionamiento, así como en la imagen que se mantiene sobre quien puede o no desestimar una decisión ya tomada.

Evitar la centralización del poder a una persona o grupo; esto no debe entenderse como el que no debe haber un responsable o alguien con la facultad de emitir votos de calidad o tomar decisiones de carácter único de ser necesario, más bien debe entenderse como que no existe un poder único que alguien puede poseer en ningún tipo de cargo, porque estos falsos entendimientos ocasionan que se generen disputas por poder imaginario que se traduce en conflictos reales.

Mantener una apertura a la posibilidad de repetir ideas que se hayan realizado en el pasado, tomando en cuenta las razones por las que en su momento no funcionaron y las nuevas cosas con las que se pueden enriquecer en el presente para que arrojen mejores resultados.

Abrirse a la participación con otras iniciativas que manejen temas similares para poder mantener una visibilidad desde diferentes frentes de lo que es el proyecto y los alcances que ha tenido.

7. LITERATURA CITADA

Adler Lomnitz Larissa 1994. Redes sociales, cultura, y poder: ensayos de antropología latinoamericana, México, Porrúa, 374p.

Agricultura – SIAP. 2019. Utilidad de Frontera Agrícola - Agricultura orgánica. [Consultado en línea el día 31 de enero de 2022]. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/564356/2020_Utilidad_de_Frontera_Agricola_en_el_estado_de_Chihuahua.pdf

AgroOrgánico, R., & Isabel. 2022. *Reconocen programa antifraude de la Organic Trade Association*. agroorganico. [Consultado en línea el día 12 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.agroorganico.info/reconocen-programa-antifraude-de-la-organic-trade-association/>

Al camp Roderic. 1995. La política en México, tr. Stella Mastrangelo, México, Siglo XXI, 254p.

Asociación de Examinadores de Fraude Certificados (ACFE). 2018. *Triángulo del Fraude*. Acfe-spain.com. [Consultado en línea el día 06 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://acfe-spain.com/recursos-contra-fraude/que-es-el-fraude/triangulo-del-fraude>

- Balzan, J. 2016. Malta at the Centre of Organic Food Fraud. [Consultado en línea el día 09 de mayo de 2022]. Disponible en: https://www.maltatoday.com.mt/news/national/64943/malta_at_the_centre_of_organic_food_fraud#.XVBMNj7O2w
- BBC News. 2013. Germany Investigates Organic Egg 'Fraud'. [Consultado en línea el día 06 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.bbc.co.uk/news/world-europe-21573158#>
- Bo Van Elzakker, Hanne Torjusen, Katherine O'Doherty Jensen, Kirsten Brandt. 2005. Autenticidad y Fraude, Información destinada a los Consumidores sobre el Control de la Calidad y Seguridad Alimenticia en las Cadenas de Producción Orgánica. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, CH-5070 Frick, Switzerland
- Canales Gili, E y Carbajal Azcona, A. 2009. La adulteración de alimentos en Gran Bretaña en los inicios de la revolución industrial. *Trienio*.54: 43-70
- Canales Gili, E y Carbajal Azcona, A 2010. La adulteración de alimentos en Gran Bretaña, 1820 – 1850. *Trienio*. 55:131 – 176.
- CIFS (Canadian Institute of Food Safety). 2017. Norovirus Outbreak Linked Mislabeled Raspberries. [Consultado en línea el día 06 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.foodsafety.ca/news/2017-norovirus-outbreak-linked-mislabeled-raspberries>
- Clark, C., & Pinch, T. 1992. The anatomy of a deception: Fraud and finesse in the Mock Auction sales 'con'. *Qualitative Sociology*, 15(2), 151–175. [Consultado en línea el día 15 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1007/BF00989492>
- Conceptos Jurídicos.2021. *Delito de Estafa: características, elementos del delito y penas*. [Consultado en línea el día 15 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.conceptosjuridicos.com/mx/estafa/>
- Cressey, D. R. 1961. The prison: Studies in institutional organization and change. New York: Holt, Rinehart and Winston. [Consultado en línea el día 06 de

mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.ojp.gov/ncjrs/virtual-library/abstracts/prison-studies-institutional-organization-and-change>

Davies, G. 1999. Contamination of witness memory. In A. Heaton-Armstrong, E. Shepherd, & D. Wolchover (Eds.), *Analysing witness testimony: Psychological, Investigative and Evidential Perspectives. A guide for legal practitioners and other professionals* (pp. 19-29).

Deighton, J., & Grayson, K. 1995. Marketing and seduction: Building exchange relationships by managing social consensus. *Journal of Consumer Research*, 21(4), 660–676. [Consultado en línea el día 15 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://academic.oup.com/jcr/article-abstract/21/4/660/1785603?redirectedFrom=fulltext&login=true>

Elzakker, B., Neuendorff, J., Torjusen, H., O'Doherty, K., & Brandt, K. 2005. Autenticidad y Fraude: Información Destinada a los Vendedores Sobre el Control de la Calidad y Seguridad Alimenticia en las Cadenas de Producción Orgánica, informative booklet. *Research Institute of Organic Agriculture FiBL: Frick, Switzerland*.

Europol. 2020. €6 Million In Illegal Profit of Fraudulent Organic Pistachio Sales. [Consultado en línea el día 07 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.europol.europa.eu/newsroom/news/%E2%82%AC6-million-in-illegal-profit-of-fraudulent-organic-pistachio-sales>

Foley, R. 2019. Head of America's Largest Organic Food Fraud Scheme Sentenced to 10 Years. [Consultado en línea el día 06 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://globalnews.ca/news/5778147/organic-food-fraud-scheme/>

Foley, R. 2020. Leader of Largest US Organic Food fraud Gets 10-Year Term. [Consultado en línea el día 06 de mayo de 2022]. Disponible en: línea: <https://abcnews.go.com/US/wireStory/farmers-sentenced-largest-us-organic-fraud-case-65014103>

- Food Integrity. 2014. 613688—Ensuring the Integrity of the European Food Chain. 2014. [Consultado en línea el día 09 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://secure.fera.defra.gov.uk/foodintegrity/secure/downloadFile.cfm?id=415>
- Fraudulent organic certificates*. (s/f). Usda.gov. [Consultado en línea el día 03 de mayo de 2022]. <https://www.ams.usda.gov/services/enforcement/organic/fraudulent-certificates>
- Freshplaza Spain.2020. Fraudulent Organic Pistachio Sales—€6 Million in Illegal Profits. [Consultado en línea el día 07 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.freshplaza.com/article/9279134/spain-fraudulent-organic-pistachio-sales-eu6-million-in-illegal-profits/>
- Frozen Raspberry. 2017.Problems Continued in 2017 for Canada, US. [Consultado en línea el día 06 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.foodsafetynews.com/2017/12/frozen-raspberry-problems-cross-border-to-canada-in-2017/>
- Foucault, M. (1978). *The history of sexuality* (1a ed.). Pantheon Books.
- Galvis-Castañeda, I. E., & Santos-Mera, J. E. (2017). Geometría del fraude. *Cuadernos de contabilidad*, 18(45), 74–85. [Consultado en línea el día 06 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://doi.org/10.11144/javeriana.cc18-45.geof>
- Garner, B. 2004. Diccionario Ley de Negro 8° Ed. México
- Gortari, R. G. 2012. Xochimilco como alternativa de competitividad para los orgánicos: el caso de invernaderos Tepexomulco. Nueva Antropología. Vol. XXV, núm. 77, julio-diciembre, 2012, Distrito Federal. Méx. 78 p.
- International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM - Organics International). 2021. Definición de Agricultura Orgánica. [Consultado en línea el día 25 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.ifoam.bio/why-organic/organic-landmarks/definition-organic>

- International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM).2018. *How governments can recognize and support participatory guarantee systems*. [Consultado en línea el día 03 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.ifoam.bio/how-governments-can-recognize-and-support-participatory>
- Laroche, H., Steyer, V. & Théron, C. 2019. How Could You be so Gullible? Scams and Over-Trust in Organizations. *J Bus Ethics* **160**, 641–656. [Consultado en línea el día 15 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-018-3941-z>
- Loftus, F. 1997. Creating false memories. *Scientific American*, 277, 70-75.
- Magallanes. F. 2022. Mucho ojo con lo orgánico, advierte secretario de Agricultura. Punto MX. [Consultado en línea el día 02 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://punto.mx/2022/04/22/mucho-ojo-con-lo-organico-advierte-secretario-de-agricultura/>
- Mahon J. 2015. The Definition of Lying and Deception. En: E. N. Zalta (Ed.). *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. [Consultado en línea el día 15 de mayo de 2022]. Disponible en: <http://plato.stanford.edu/entries/lying-definition/>
- Masip, J., Garrido, E., & Herrero, C. 2004. Definición de engaño. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 20(1), 147–172. [Consultado en línea el día 15 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://revistas.um.es/analesps/article/view/27631/26801>
- Massart, S. 2015. How to achieve reliable imports of organic products from third countries. In *Proceedings of the Anti Fraud Workshop: “Improving Integrity of Organic Arable Production in Ukraine”*, Kiev, Ukraine, 24–25 September 2015; European Commission—DG Agriculture and Rural Development—Unit B4 Organics: Belgium, Brussels. [Consultado en línea el día 09 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.organic->

integrity.org/fileadmin/afi/docs/afi10/08_Reliable-Imports-of-Organic-Products-from-third-Countries-into-EU.pdf

- McNeil, M. 2018. *Organic Trade Association inicia un proyecto piloto para evitar el fraude orgánico*. [Consultado en línea el día 12 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://tecnoagro.com.mx/no.-125/organic-trade-association-inicia-un-proyecto-piloto-para-evitar-el-fraude-organico>
- Miller, G. 1983. Telling it like it isn't and not telling it like it is: Some thoughts on deceptive communication. In J. I. Sisco (Ed.), *The Jensen lectures* (pp. 91-116). Tampa, FL: University of South Florida.
- Nieto, N. 2011. La socialización de las élites políticas mexicanas a través de la corrupción. *Análisis Político*, 24 (71), 165-181. [Consultado en línea el día 18 de mayo de 2022]. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47052011000100009&lng=en&tlng=es.
- Norma orgánica de México, una construcción participativa*. (s/f). Kiwa.com. Recuperado el 23 de julio de 2022, de <https://www.kiwa.com/lat/es/medios-de-comunicacion/noticias/norma-organica-de-mexico-una-construccion-participativa/>
- Organic Farmers Association (OFA). Harriet B. 2020. The tragedy of fraud. [Consultado en línea el día 31 de enero de 2022]. Disponible en: <https://organicfarmersassociation.org/news/the-tragedy-of-fraud/>
- Organic World Congress (OWC). 2021. Organic 4.0. [Consultado en línea el día 31 de enero de 2022]. Disponible en: <https://owc.ifoam.bio/2021/en>
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Organización Mundial de la Salud (OMS). 2011. DOCUMENTO DE DISCUSIÓN REVISADO SOBRE EL INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN ENTRE LAS AUTORIDADES COMPETENTES CUANDO SE SOSPECHA FRAUDE RESPECTO A PRODUCTOS ORGÁNICOS, Preparado por la Unión Europea Sesión. Trigésimo

- Novena Sesión. Ciudad de Quebec, Canadá. T. N. (n.d.). [Consultado en línea el día 12 de mayo de 2022]. Disponible en: https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-proxy/en/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252Fcodex%252FShared%2BDocuments%252FArchive%252FMeetings%252FCCFL%252Fccfl39%252Ffl39_17s.pdf
- Pates, M. 2020. \$140 Million Organic Food Fraud Is Not a Victimless Crime. 2020. [Consultado en línea el día 06 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.agweek.com/business/agriculture/4701648-140m-organic-food-fraud-not-victimless-crime>
- Pidd, H. 2010. Egg Boss Jailed “Free Range” Fraud. [Consultado en línea el día 06 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.theguardian.com/uk/2010/mar/11/free-range-eggs-fraud>
- Prince, J. 2018. *What does USDA Organic mean today*. Real Organic Project. <https://www.realorganicproject.org/what-does-usda-organic-mean-today/>
- Procuraduría Federal del Consumidor (POFECO). 2018. Quién es Quién en los Precios (QQP). [Consultado en línea el día 31 de enero de 2022]. Disponible en: <https://www.profeco.gob.mx/precios/canasta/default.aspx>
- Ramos I. 2015. *Cooperativa defrauda a 300 en región de Zacapoaxtla*. Municipiospuebla.mx. [Consultado en línea el día 05 de junio de 2022]. <https://municipiospuebla.mx/nota/2015-02-17/zacapoaxtla/cooperativa-defrauda-300-en-regi%C3%B3n-de-zacapoaxtla>
- Real Academia Española. S/F. Definición de traición. [Consultado en línea el día 15 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://dle.rae.es/traici%C3%B3n>
- Rivelois J. 1999. *Droque et pouvoirs: du Mexique aux paradis*, París, Lâ Harmattan, 412p. [Consultado en línea el día 18 de mayo de 2022]. Disponible en: https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/2021-06/010020549.pdf

- Rivera S., Varela M., Gómez M. 2012. Mejores prácticas de gobernanza en los Consejos Consultivos Nacionales en materia agropecuaria y ambiental. Consejosconsultivos.mx. [Consultado en línea el día 05 de junio de 2022]. Disponible en: https://consejosconsultivos.mx/ebook/consejos_consultivos_nacionales_ebook.pdf
- Rosas J. 2014. *Denuncian fraude con programa de viviendas en Cuetzalan*. Municipiospuebla.mx. [Consultado en línea el día 05 de junio de 2022]. <https://municipiospuebla.mx/nota/2014-12-10/cuetzalan/acusan-fraude-con-programa-de-viviendas-en-cuetzalan>
- Salerno, M. 2017. *Guía Rápida sobre Certificaciones en Agroalimentos: blog ACPACP Agroconsultora Plus*. [Consultado en línea el día 03 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.agroconsultoraplus.com/guia-rapida-certificaciones-agroalimentos/>
- San Agustín. 1954. Sobre la mentira. En: *Obras de San Agustín, Tratados morales* (Vol. XII) (pp. 529-609). [Consultado en línea el día 15 de mayo de 2022]. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S0120-5323201900010009700026&lng=en
- Sánchez Ríos, José A. , & López Moreno, Walter 2012. El triángulo del fraude. *Forum Empresarial*, 17(1),65-81. ISSN: 1541-8561. [Consultado en línea el día 06 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63124039003>
- Saucedo, G. 2020. *Alternativas alimentarias: producción/consumo solidario y sobre todo justo*. Alimentación y Salud. [Consultado en línea el día 04 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://alimentacionysalud.unam.mx/alternativas-alimentarias-produccion-consumo-solidario-y-sobre-todo-justo/>

- Schaper, M. T., & Weber, P. 2012. Understanding small business scams. *Journal of Enterprising Culture*, 20(3), 333–356. [Consultado en línea el día 15 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S0218495812500148>
- Schwentesius, R. 2018. México en el mundo orgánico [Consultado en línea el día 31 de enero de 2022]. Disponible <http://imagenagropecuaria.com/2018/mexico-en-mundo-organico/>
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER). 2016. *Qué es el sello Orgánico SAGARPA México y cómo obtenerlo*. Gob. Mx. [Consultado en línea el día 03 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/certificacion-de-productos-organicos>
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER). 2020. Organiza Agricultura foros virtuales sobre actualización de lineamientos para la producción orgánica. [Consultado en línea el día 02 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.gob.mx/agricultura/prensa/organiza-agricultura-foros-virtuales-sobre-actualizacion-de-lineamientos-para-la-produccion-organica>
- Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria. 2020. *Regulación de productos orgánicos en México*. gob.mx. [Consultado en línea el día 02 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.gob.mx/senasica/documentos/regulacion-de-productos-organicos-en-mexico?state=published>
- Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria. SENASICA. 2021. *Certificación Orgánica Participativa*. Gob. Mx. [Consultado en línea el día 03 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.gob.mx/senasica/acciones-y-programas/certificacion-organica-participativa-274070>

- Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA). 2022. Operación Orgánica Nacional. [Consultado en línea el día 02 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://dj.senasica.gob.mx/SIAS/Statistics/Inocuidad/OperacionOrganicaINaI>
- Sherwood, D. 2020. Insight—How a Chilean Raspberry Scam Dodged Food Safety Controls from China to Canada. [Consultado en línea el día 06 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.nasdaq.com/articles/insight-how-a-chilean-raspberry-scam-dodged-food-safety-controls-from-china-to-canada-2020>
- Soto, Gabriela. 2020. El continuo crecimiento de la agricultura orgánica: Orgánico 3.0. *Revista de Ciencias Ambientales*, 54 (1), 215-226. [Consultado en línea el día 31 de enero de 2022]. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.15359/rca.54-1.13>
- The world of organic agriculture - statistics & emerging trends*. 2017. (Eds.2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022). Research Institute of Organic Agriculture FiBL; IFOAM - Organics International.
- United States Department of Agriculture (USDA). S/F. Organic certification and accreditation*. Usda.Gov. [Consultado en línea el día 03 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.ams.usda.gov/services/organic-certification>
- Van Elzakker, B., Torjusen, H., O', K., Jensen, D., Brandt, K., Ble, & Dominik Menzler, B. I. (s/f). *Autenticidad y Fraude Información destinada a los Consumidores sobre el Control de la Calidad y Seguridad Alimenticia en las Cadenas de Producción Orgánica*. Orgprints.org. Recuperado el 29 de julio de 2022, de:

https://orgprints.org/id/eprint/4982/1/4_Autenticidad_Fraude_consumidores.pdf

Yin, R. K. 2008. *Case study research: Design and methods* (4th ed.). SAGE Publications.

Zamilpa, J., Ayala, O., Schwentesius, R. 2015. DESAFÍOS Y PRIORIDADES DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA EN MÉXICO, MIRANDO A LA UNIÓN EUROPEA. CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE Y LA SOBERANÍA ALIMENTARIA. México, D.F. 82-83p

8. APÉNDICES

Apéndice 1: Instrumento de Evaluación Rápida de Riesgo de Fraude

Grupo de análisis.	INDICADOR	CRITERIOS	ESCALA
Producción	1.Transicion de la unidad de producción	No ha pasado por transición y oferta sus productos de manera inmediata como orgánicos	1
		Ha pasado un año de la transición y oferta sus productos como orgánicos	2
		Han pasado dos años de la transición y oferta sus productos como orgánicos	3
		Han pasado tres años de la transición y oferta sus productos como orgánicos	4
	2. Manejo de la unidad producción	No tiene un manejo integral de la producción y no lleva bitácoras	1
		No tiene un manejo integral, pero lleva una bitácora	2
		Tiene un manejo integral pero no lo reporta en su bitácora	3
		Tiene un manejo integral de la producción y lleva bitácoras	4
	3. Uso de transgénicos	Uso de semillas Transgénicas.	1
		Contaminación Cruzada con Transgénicos.	2
		Existe riesgos de contaminación por transgénicos	3
		Esta libre del uso y riesgos de contaminación por transgénicos	4
	4.Producción y postcosecha	Aplica productos no permitidos dentro de la norma y no hace clasificación de su producción.	1
		Aplica productos no permitidos, pero hace clasificación de su producción	2
		No aplica productos no permitidos, pero no hace clasificación de su producción	3
		Clasifica sus productos y no hace aplicaciones no permitidas	4

Transformación	5. Transformación de los productos.	Uso de productos no permitidos para la transformación.	1
		Transformación en lugares inadecuados o con riesgos de contaminación	2
		La transformación de los productos es adecuada, pero aún pueden existir riesgos de contaminación (no usa: Guantes, cofia, o equipo de transformación.)	3
		Cumple con los procedimientos adecuados para la transformación y no existe riesgo de contaminación.	4
	6.Limpieza del área de transformación	El área de transformación no está limpia y no es exclusiva para la transformación de productos orgánicos	1
		El área está mal limpiada o con productos no adecuados y no es exclusiva para la transformación de productos orgánicos	2
		El área de transformación está limpia, pero no es exclusiva para la transformación de productos orgánicos	3
		El área de transformación se encuentra limpia y es de uso exclusivo para la transformación de productos	4
Venta	7.Comercialización	Vende cantidades mayores a las que produce	1
		Opera con precios muy disparados	2
		*Maneja su producción, pero la vende de manera exclusiva.	3
		Vende su producción, la oferta al público en general y maneja precios razonables	4
	8.Venta de Productos convencionales	Vende productos convencionales y no respeta los llamados de atención	1
		Ha vendido productos convencionales y reincidido en la venta después de un llamado de atención	2
		Ha vendido productos convencionales en algunas ocasiones, pero después de un llamado de atención no se ha repetido	3
		No ha ofertado productos convencionales	4
	9.Etiquetado	No realiza ningún etiquetado en sus productos	1
		Tiene una ficha general de sus productos	2
		Tiene etiquetado en sus productos, pero no está acorde a la norma	3
		Tiene etiquetado de acuerdo con la norma en cada producto	4
	10. Transporte de los productos	Uso indiscriminado del medio de transporte **General y ***Específico	1
		Uso de transporte específico	2
		Uso de transporte general	3
		Uso exclusivo de transporte general y específico para los productos orgánicos.	4
	11. Relación entre Productor consumidor.	No informa al consumidor sobre su producción, no responde preguntas sobre los productos y no muestra una forma de atención cordial con los clientes.	1
		Presenta información a los clientes, pero no lo hace de una manera adecuada o completa.	2
		Presenta una actitud amable pero no muestra información ni responde a los clientes	3
		Informa al consumidor sobre su producción, responde preguntas sobre los productos y muestra una forma de atención cordial con los clientes.	4

Adopción de capacitación y tecnología	12. Capacitación	No pone en prácticas las capacitaciones y no aplica ninguna practica a la unidad de producción	1
		Recibe la capacitación, pero sigue haciendo las practicas que ya realizaba, aunque se le dijera que no eran las más adecuadas	2
		Se limita a aplicar lo que se le dice y no hace algo más	3
		Recibe la capacitación y la complementa con conocimientos locales	4
	13. Replicación de la producción orgánica en la localidad	No ha replicado la manera de producción y no muestra interés en hacerlo.	1
		No ha replicado la tecnología, pero muestra interés o lo mantiene como un plan a futuro	2
		Replica la manera de producción y está en proceso de integrar a la comunidad	3
		Replica la manera de producción y ha logrado sumar a su comunidad	4
Convivencia	14. Cumplimiento del reglamento interno	No cumple con el reglamento interno y no participa de manera activa en las actividades del TOCh.	1
		No cumple con el reglamento, pero participa en algunas de las actividades	2
		Cumple con el reglamento, pero no participa en las actividades.	3
		Cumple con el reglamento interno y participa de manera activa en las actividades del TOCh.	4
	15. Asistencia y puntualidad	Falta de manera constante y es impuntual	1
		Falta poco, llega tarde y no justifica su retraso	2
		Nunca falta, llega tarde, pero justifica sus retrasos	3
		Nunca ha faltado y llega puntual	4
	16. Llamados de atención por parte del comité.	3 o más llamadas de atención de forma hablada y por escrito	1
		1 o 2 llamadas de atención por escrito.	2
		Llamados de atención de forma hablada	3
		Nunca ha recibido llamados de atención de manera escrita o hablada	4
	17.Trabajo en equipo	No muestra aptitudes para trabajar en equipo y lo hace notar	1
		Pone pretextos para no involucrarse en el trabajo en equipo	2
		Se involucra de manera limitada a las actividades	3
		Aporta y se suma en las acciones, decisiones y actividades junto a sus compañeros	4

Apéndice 2: Archivo fotográfico



Foto 1: Establecimiento de los operadores en la vía pública debido al cierre de las instalaciones del TOCh por COVID-19



Foto 2: Establecimiento de los operadores en espacios alternos debido al cierre de las instalaciones del TOCh por COVID-19



Foto 3: Inicios de los procesos de fumigación y limpieza para la reapertura de las instalaciones del TOCh.



Foto 4: Establecimiento de mamparas protectoras para cada mesa de operador.



Foto 5: Reapertura de las instalaciones del TOCh con el reconocimiento de Tianguis Seguro por parte del Municipio de Texcoco.



Foto 6: Establecimiento de medidas de control de aforo e ingreso para los consumidores del TOCh.



Foto 7: Reparación del muro principal por iniciativa de los operadores activos del TOCh.



Foto 8: Inauguración del 18 aniversario y de las mejoras en las instalaciones del TOCh.



Foto 9: Recorrido de acompañamiento a integrantes de la cooperativa Xóchitl de Tepetlaoxtoc.



Foto 10: Recorrido de acompañamiento con la operadora Socorro Hernández.



Foto 11: Siembra de maíz y prácticas de acompañamiento con operadores activos del TOCh.



Foto 12: Aplicación de los indicadores para la evaluación rápida de riesgos con operador activo.



Foto 13: Aplicación de los indicadores para la evaluación rápida de riesgos con operadora activa.



Foto 13: Visita de acompañamiento del comité de certificación, acompañados por consumidores.



Foto 14: Explicación del funcionamiento del círculo del fraude y los indicadores de evaluación rápida de riesgos a consumidores y operadores.



Foto 15: Actividades de integración en los espacios productivos y talleres de mejora para la producción.



Foto 16: Actividades de integración en el espacio de venta con los operadores y colaboradores del Tianguis Orgánico Chapingo.