

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador

Departamento de Desarrollo, Ambiente y Territorio

Convocatoria 2019-2021

Tesis para obtener el título de Maestría de Investigación en Desarrollo Territorial Rural

Análisis socioespacial de los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos
y la creación de redes de alimentación alternativas en el Distrito Metropolitano de Quito en el
contexto Covid-19

Leidy Johanna Ricaurte Arcos

Asesora: Myriam Paredes

Lectoras: Sara Latorre y Daniela Mora

Quito, enero de 2023

Dedicatoria

Dedicación a Dios, mi padre espiritual quien me ha fortalecido en este sendero, y me ha dado las herramientas para ver cumplida no solo esta meta académica, sino también, haber crecido en las demás áreas de mi vida, gracias a esta maravillosa experiencia de vivir en Ecuador, el cual aprecio como mi segundo hogar.

Epígrafe

Dios tiene el poder para hacer mucho más de lo que le pedimos o entendemos, según el poder que actúa en nosotros.

–Efesios 3:20

Índice de contenidos

Resumen	10
Agradecimientos.....	11
Introducción	12
Capítulo 1. Marco teórico y estado del arte	25
1.1. El debate académico.....	26
1.2. Circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos.....	28
1.3. Redes de alimentación alternativas	29
1.4. Redes de alimentación alternativas y la formación de precios de alimentos agroecológicos.....	31
Capítulo 2. Marco metodológico.....	33
2.1. Primer momento de la investigación.....	33
2.2. Segundo momento de la investigación.....	37
Capítulo 3. Distinción entre circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos y redes de alimentación alternativa	41
3.1. Circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos.....	42
3.2. Proceso de transición de los CCCAA hacia RAAs.....	46
3.3. Redes de alimentación alternativas	48
3.3.1. La Cuchara Orgánica.....	48
3.3.2. Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas Cochabambino Pedro Moncayo, UCOPEM	50
3.3.3. Yangoe Un Abrazo a la Vida	51
3.3.4. Yunta Zambiceña	53
3.3.5. Feria Agroecológica Madre Tierra.....	55

Capítulo 4. Transformaciones socioespaciales de los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos	59
4.1. Transformaciones socioespaciales de los ocho canales de comercialización	65
4.1.1. Mercado La Floresta.....	66
4.1.2. Alimentos Buenos en Casa- ABEC.....	67
4.1.4. La Cuchara Orgánica.....	68
4.1.5. Feria Agroecológica Frutos de Nuestra Tierra	71
4.1.6. Unión de Organizaciones Cochasqui Pedro Moncayo, UCCOPEM.....	73
4.1.7. Yangoe Un Abrazo a la Vida	74
4.1.8. Feria Agroecológica Yunta Zambiceña.....	74
4.1.9. Feria Agroecológica Madre Tierra	74
4.2. Transformaciones en las relaciones campo-ciudad	78
Capítulo 5. Procesos Colectivos de la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores de Alimentos Agroecológicos	83
5.1. Acuerdos entre los Productores y la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores	83
5.1.1. Productores organizados	84
5.1.2. Cultivar agroecológicamente.....	86
5.1.3. Sistema Participativo de Garantías (SPG).....	86
5.1.4. Responsabilidades de la Cooperativa	87
5.1.5. Fijación de los precios de alimentos agroecológicos	88
5.2. Análisis comparativo de la fijación de los precios de los alimentos agroecológicos....	90
5.3. Percepción de los precios	92
5.4. Análisis comparativo de los precios de alimentos frescos	96
Conclusiones	98

Referencias 103

Anexos..... 110

Lista de ilustraciones

Figuras

Figura 4.1. Mercado La Floresta antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha)	67
Figura 4.2. ABEC antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha)	68
Figura 4.3. La Cuchara Orgánica antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha)	70
Figura 4.4. Feria Agroecológica Frutos de Nuestra Tierra antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha)	72
Figura 4.5. UCCOPEM antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha).....	73
Figura 4.6. Feria Madre Tierra antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha)	77
Tabla 4.3. Transformaciones relacionales de los ocho estudios de caso.....	79

Gráficos

Gráfico 2.1. Flujograma metodológico	39
Gráfico 3.1. Caracterización y comparación entre los circuitos cortos de comercialización agroecológica y las redes de alimentación alternativas.....	42

Mapas

Mapa 3.1. Ubicación de los ocho casos de estudio en el DMQ, 2021	41
--	----

Tablas

Tabla 4.1. Estudios de caso, 2017 y 2021	60
Tabla 5.1. Acuerdos entre la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores y los productores	83
Tabla 5.2. Procesos de fijación de precios de alimentos agroecológicos.....	91
Tabla 5.3. Acuerdos entre la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores y los productores	94
Tabla 5.4. Comparación de precios de alimentos frescos, 2021	96

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis

Yo, Leidy Johanna Ricaurte Arcos, autora de la tesis “análisis socioespacial de los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos y la creación de redes de alimentación alternativas en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto Covid-19”, declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría de Investigación en Desarrollo Territorial Rural concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

Cedo a la FLACSO Ecuador los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, bajo la licencia Creative Commons 3.0 Ecuador (CC BY-NC-ND 3.0 EC), para que esta universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando el objetivo no sea obtener un beneficio económico.

Quito, enero de 2023

Leidy Ricaurte

Leidy Johanna Ricaurte Arcos

Resumen

En este documento se analizaron los procesos que distinguen a los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos -CCCAA- de las redes de alimentación alternativa -RAAs- en el Distrito Metropolitano de Quito -DMQ- en el contexto del Covid-19. El análisis se aborda bajo tres enfoques, el macro con la geografía económica y la sociología económica; el meso con a partir de la economía social y solidaria; y, micro con los conceptos de circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos y redes de alimentación alternativas. Se diseñó una metodología cualitativa. La información recolectada fue a partir de dos momentos, primero, entrevistas estructuradas dirigidas a los coordinadores de los canales de comercialización del DMQ y observación participante; segundo, para abordar un estudio de caso se emplearon entrevistas semiestructuradas dirigidas a los productores y consumidores y observación participante.

Dentro de los hallazgos principales de la investigación se detallan. Primero, bajo la perspectiva de Gibson y Graham (2003, 2006, 2008, 2016 y 2019) en Rosol (2019) los CCCAA responden a una economía local donde su tipo de transacción está orientado en el dinero en efectivo y el trueque de alimentos de manera interna entre los productores y las prácticas laborales son asumidas completamente por los productores, mientras que, los RAAs permiten la articulación de actores diferentes a los productores, lo cual también conduce a nuevas maneras de organizar el territorio, que incorpora el trueque como una opción para obtener alimentos, así como el conjunto de actividades culturales, y visitas organizadas a las áreas de producción entre otras. Segundo, para hacer posible la comercialización de alimentos agroecológicos en medio del contexto de la pandemia han emergido espacios y nuevos canales de comercialización y para el caso de las RAAs la articulación tanto productores como co-productores ha permitido la permanencia en el tiempo dado el apoyo y el asumir roles en medio del proceso productivo hasta el de comercialización a diferencias de los CCCAA. Y, tercero, es evidente que el caso de estudio abordado a profundidad desdibuja el perfil de consumo convencional, donde los alimentos son etiquetados como mercancías y resalta esa reterritorialización de la comida (Sánchez 2009; Savaria 2020) como eje articulador entre campo-ciudad.

Agradecimientos

A Dios por hacer de este camino todo posible y darme la sabiduría, conocimiento y herramientas para abordar esta asignación.

A mi familia, a Daniel Cuartas, a la Dra. Myriam Paredes, Dra. Sara Latorre, Marcelo Aizaga, y demás amigos que desde la distancia sus palabras de aliento estuvieron ahí, y a FLACSO-Ecuador.

Introducción

El presente estudio abordará los procesos que se tejen alrededor de los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos –CCCAA- para la conformación de otros modos de circulación, distribución y acceso a alimentos, como las redes de alimentación alternativa –RAA- en el Distrito Metropolitano de Quito -DMQ-, en el contexto del Covid-19.

El debate macro en que se enmarca la presente investigación es la sociología económica y la geografía económica. Ambos se complementan en la medida que se enfocan en una producción y alimentación más local, articulando actividades donde no necesariamente intermedie el dinero, sino que integre el trueque, el voluntariado o el intercambio, como estrategias para darle un giro al sistema de alimentación imperante (Winter 2003).

La economía social y solidaria como teoría meso se basa en prácticas de cooperación, de solidaridad y de reciprocidad, en busca del bienestar para una comunidad (Schujman 2014). Dentro de esta se ubica el concepto de los CCCAA, como iniciativa que vincula a productores y a consumidores, y promueve la circulación de bienes económicos. Suele analizar al consumidor a partir de factores socioeconómicos y sociodemográficos (Vasco et al. 2019; Vasco, Palacios y Paspuel 2015; Vasco et al. 2017), indaga aspectos centrales de las transacciones, y reconoce el precio justo por la actividad que realizan los productores como rasgos de una construcción social (Di Masso 2012).

Los CCCAA operan como un puente para resolver problemáticas que giran alrededor del consumo y la alimentación, apoyando economías locales de alimentos frescos, dado que, son “una valiosa alternativa para que el perfil de pequeño/a agricultor/a pueda dar salida a su producción y mantenerse en su actividad” (Di Masso 2012, 149). Son economías que se basan en una producción de alimentos orientados en la sostenibilidad y la conservación del ambiente, promueve modelos de producción y consumo sostenible (Rebai 2010, 2019; Contreras, Paredes y Turbay 2017).

También generan innovaciones sociales que responden a las formas de organización de un territorio en relación al consumo de alimentos frescos, a través de la proximidad y de prácticas que van desde abajo hacia arriba (Girard y Rebaï 2020). En este sentido, la proximidad territorial se convierte en un eje articulador entre campo y ciudad, reduciendo las distancias geográficas entre los espacios, facilitando los procesos de producción, distribución, comercialización y consumo (Martínez 2017). Al mismo tiempo, provoca acercamiento entre los actores (Nardi y Pereira 2006), productores y consumidores, quienes trabajan por la cohesión de espacios rurales y urbanos (Jarosz 2008; Sánchez 2009).

El escenario descrito permite el acceso a alimentos frescos a partir de precios justos tanto para el productor como para el consumidor, en la medida que descarta intermediarios dentro del proceso del consumo, y permite el cara a cara entre los actores involucrados (Moreira, Anello, y Cruz 2020). Sin embargo, cabe mencionar que los CCCAA se encuentran expuestos a diferentes presiones, ya sea por parte de los supermercados, por un alto consumo de alimentos procesados, por la competitividad de la agroindustria alimentaria (Saravia 2020), y por los medios de comunicación que de manera constante exhiben publicidad sobre procesados (CEPAL 2014). Siendo el sistema capitalista quien no solo toma el control de los precios, sino que también, influye en la decisión de consumo de las personas (Saravia 2020).

Esta realidad se enlaza con la pandemia de enfermedades crónicas no transmisibles, entre ellas, la obesidad, el sobrepeso, la diabetes y el cáncer, a raíz del consumo de alimentos procesados y nada saludables, como consecuencia de un fácil acceso a estos productos, dado que, resulta fácil y barato (Saravia 2020). Así pues, uno de los retos de los CCCAA consiste en desincentivar el consumo de alimentos procesados y que las personas puedan tener una visión crítica frente a su consumo (Di Masso 2012), a través de escenarios centrados en una construcción política de desarrollo (Saravia 2020; CEPAL 2014) no solo centrado en el consumo de productos frescos pero en el consumo sin agrotóxicos (CEPAL, FAO e IICA 2014; CEPAL 2014; Heifer 2014).

Una de las estrategias mediante las cuales los CCCAA pueden resolver estos problemas alimentarios es a través de la conformación de una RAA. Transformación que incentiva el

consumo de alimentos frescos invita a que los consumidores acepten mayores responsabilidades en cualquier parte del proceso (Venn et al. 2006; Sánchez 2009; Rosol 2019) y hasta comparten beneficios y riesgos con los productores, convirtiéndose así en lo que el movimiento *slow food* denomina co-productores (Morales 2009).

Estos co-productores vienen a ser consumidores responsables, quienes se involucran en diversas formas e intensidades, ya no como individuos sino como un colectivo organizado (asociaciones, grupos, etc.), pudiendo encargarse de uno o varios aspectos del consumo, desde la organización, la distribución, la comercialización, la transformación o el reciclaje de los alimentos agroecológicos (Romero 2018).

Conjuntamente no solo se conserva una relación inmediata entre los actores participantes, sino que también, se informa, se discute y se acuerda sobre las condiciones de los productos como la calidad, la diversidad, las formas de producción, y especialmente sobre la fijación de precios (Sánchez 2009).

La posibilidad de que los co-productores puedan intervenir en la fijación de los precios de los alimentos, es importante para la formación de las RAA (Sánchez 2009) . Quizás, debido a la fijación de precios razonada y acordada entre diferentes actores, activa y visibiliza otros valores y afectos implícitos en los alimentos, involucrando así a los actores en una red de relaciones, cuya duración se sostiene por más tiempo, que cuando los precios se fijan unilateralmente (Monachon 2017; Montagut 2007; Winter 2003; Lorenc 2010).

El consumo de alimentos agroecológicos desde las RAA permite entenderlo desde una lógica más social. Para ello resulta importante mencionar algunas experiencias en Ecuador. De acuerdo con Rodríguez (2015), la fundación UTOPIA localizada en el cantón Riobamba de la provincia de Chimborazo, se caracteriza porque su estructura organizacional está conformada por una red de familias productoras y consumidoras. Su propósito ha consistido en tejer una red social campo-ciudad, bajo la noción de soberanía alimentaria, justicia, equidad y trabajo comunitario, por la relación directa productor-consumidor, de modo que los precios de los

alimentos agroecológicos sean fijados para todo el año, y quienes establecen dicho acuerdo es el Grupo Cero, conformado por consumidores, productores y técnicos. Iniciativa que tiene su participación por medio de la canasta, la feria y la tienda comunitaria. Además, se conserva el trueque cuando no logran vender sus productos, así que recurren a esta dinámica de intercambio.

Otro ejemplo, es la feria de Carcelén, es una iniciativa que le apuesta a un precio justo tanto para productores como para consumidores. Organización que cuenta con acreditación y está integrada por productores, consumidores, técnicos y representantes de la Federación de Indígenas y Campesinos de Imbabura y la Organización de Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras. En esta organización lograron eliminar la figura de los intermediarios, además, han generado vínculos entre campo y ciudad a través de visitas a las fincas para resaltar los conocimientos de los actores; y, por último, se basa en un consumo familiar donde existe el intercambio o trueque que responde al modelo económico social y solidario.

Por otra parte, la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores, se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha del DMQ, y entre sus características, se interesa por saber de dónde provienen los alimentos que se consumen, dado que, es una iniciativa emprendida por consumidores quienes negocian con los pequeños productores para llevar alimentos saludables al sur de Quito (Romero 2018; Castillo 2019).

Entre ellos, están los acuerdos que se establecen para la fijación de precios, se basan en una comunicación amigable y respetuosa, además, se reconoce el papel de los pequeños agricultores a modo de que accedan a un pago equivalente a su labor, dado que, no solo consiste en la producción de alimentos agroecológicos, sino que también, se preocupan por cuidar el medio ambiente e impulsar una alimentación saludable, así como también, son actores que se articulan a un trabajo solidario y colectivo (Castillo 2020).

En resumen, la CEPAL, FAO e IICA (2014) expresan que los CCCAA son vistos como un apoyo al desarrollo territorial, dado que, fortalecen el reconocimiento y la valoración de los

diferentes aspectos culturales, el patrimonio alimentario, y la “revalorización del mundo campesino” (Saravia 2020, 10) de un territorio. Así como también, a conocer el lugar y la manera en que se producen los alimentos, son estrategias de inclusión tanto para pequeños agricultores como para consumidores. De este modo, se generan escenarios de transformación en los diferentes patrones de producción, de consumo y de salud de los territorios (CEPAL 2014).

Los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos –CCCAA- como alternativa a los problemas alimentarios

En el mundo y en particular en América Latina, los problemas alimentarios se evidencian en la malnutrición, un fenómeno que integra la desnutrición y la sobrenutrición y genera las enfermedades crónicas no transmisibles como el sobrepeso, la obesidad y la diabetes (CEPAL 2014). Estos comportamientos en la salud de las personas responden a la forma en cómo se organizan los espacios, acorde a las condiciones y dinámicas de los ambientes sociales, naturales y físicos construidos (Cruz et al. 2013). En otras palabras, la población que está expuesta a ambientes de comercialización de gran masa, de productos procesados y con altos contenidos de azúcares, ácidos grasos trans, sodio, entre otros, es vulnerable a padecer estas enfermedades (Frison y Clément 2020).

Parte del problema alimentario están relacionado con el acceso a una producción y consumo modernos promovidos por la agroindustria (Savaria 2020). Lo que ha ocasionado la “desterritorialización de la producción, mercantilización de los alimentos” (Savaria 2020, 10). En este sentido, la figura de CCCAA se convierte en una estrategia que hace frente a las prácticas de alimentación procesada; y, brinda el acceso a alimentos frescos libres de agrotóxicos (CEPAL 2014), a fin de “resolver los problemas de seguridad alimentaria de la creciente población mundial” (CEPAL 2014, 61).

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas-ONU- otra estrategia de los CCCAA, consiste en aminorar las enfermedades crónicas en las Américas, a través de la articulación de los pequeños productores en los mercados locales, de tal modo que, así proporcionen acceso

tanto a alimentos frescos como a una alimentación más saludables, y de esta manera se hace frente a los problemas de seguridad alimentaria y de salud en los territorios (Jacoby et al. 2014).

En esta línea, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO- y la Organización Panamericana de la Salud –OPS-, indican que optar por un consumo de alimentos frescos y saludables disminuye los índices de enfermedades crónicas; y, que debe estar articulado con la implementación de CCCAA. Así que, un punto de partida para poner en marcha los CCCAA consiste en desincentivar el consumo de alimentos procesados, y ampliar la cobertura de alimentos saludables hacia las regiones más vulnerables (IPS 2017).

Aunque la CEPAL, FAO e IICA (2014) indican que, los CCCAA contribuyen a solucionar problemas alimentarios en los territorios, cabe mencionar que, estos circuitos se exponen a algunas barreras que impactan su permanencia, entre ellas, la mínima capacidad de construir asociación o de crear nuevas redes, y la deficiencia en el sistema de comercialización para la conservación de los productos frescos, dado que, los pequeños productores no cuentan con capacidad sea económica, tecnológica o de infraestructura, para asumir las diferentes prácticas que enmarcan este sistema (cosecha, post cosecha, transporte, distribución, comercialización).

A esto se suma, el escaso apoyo de los gobiernos locales o nacionales al establecer CCCAA, pues resulta que los costos logísticos y de infraestructura implicados en la entrega de los productos en la ciudad y en diferentes formatos (ferias, canastas, entregas a domicilio, etc.) normalmente son cubiertos por los agricultores, quienes incluso deben enfrentarse a una cantidad de penalidades por el uso del espacio público. Esto ha generado críticas a los CCCAA, por presentar precios inaccesibles para los sectores más pobres de la ciudad (Higuchi 2015).

Es por esto que, Rosset y Martínez (2012) en Mier et al., (2018) consideran que una de las estrategias para que los circuitos cortos se conserven en el tiempo es el escalonamiento agroecológico. Por lo tanto, los CCCAA al convertirse en RAA crean alianzas entre

productores y consumidores, donde éstos últimos se comprometen en algunos o en todos los procesos de producción, distribución, comercialización, consumo y reciclaje (Jarosz 2000; Venn et al., 2006; Wang et al. 2015; Soler y Calle 2010), y pueden lograr arreglos para que los costos de los productos se reduzcan y los precios sean accesibles para sectores más amplios de consumidores en la ciudad.

Contexto del estudio

Ecuador es uno de los países de América Latina que presenta problemáticas alrededor de la alimentación. Las estadísticas de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición –ENSANUT– registra casos de enfermedades crónicas no transmisibles tales como sobrepeso y obesidad producto de la malnutrición (Paredes, Latorre, y Prado 2020), y enfermedades cardiovasculares y diabetes consideradas como fuente de muerte prematura, que pueden ser previsibles (OPS y OMS 2014). Escenario que se convierte en un problema de salud pública.

Para el 2012, la ENSANUT indicó que la prevalencia de obesidad está incrementando, pues, el 62.8% de la población total del Ecuador presentaba problemas de peso, de dicho porcentaje el 40.6% correspondía a población con sobrepeso, y el 22.2% ya era población con problemas de obesidad, los cuales afectan más a las zonas rurales de la Costa con un 20.5% y la Amazonía con un 16.1%, y en menor medida a la Sierra con un 14.9% (Ortíz et al. 2017).

De acuerdo con el estudio realizado por Paredes, Latorre, y Prado (2020), la ENSANUT resalta una doble carga de malnutrición en los diferentes ciclos de la vida, pues dada la desnutrición ello trae problemas de obesidad y sobrepeso, con niveles de prevalencia del 30% en los niños, 26% en los adolescentes y 63% en adultos hasta los 60 años de edad. Lo que está asociado a las condiciones económicas de la población, dado que, el acceso a productos procesados y nada saludables con bajos niveles tanto de proteínas como de micronutrientes resultan ser más baratos.

A continuación, en la tabla siguiente se detalla el panorama de las enfermedades crónicas en diferentes niveles, para la ciudad de Quito, el Distrito Metropolitano de Quito –DMQ– y para Ecuador, de acuerdo con a la información recolectada por la ENSANUT-ECU 2011-2013 y

de la Encuesta SABE del 2010. Donde se visualiza que los niveles más altos de sobrepeso/obesidad están afectando a la población del grupo etario entre 20-59 años y a la población adulta mayor (Secretaría Metropolitana de Salud 2018).

Porcentaje de sobrepeso y obesidad

Sobrepeso/obesidad	Quito	DMQ	Ecuador
Menor de 5 años	6.5%	5.7%	8.5%
De 5 a 11 años	29.8%	31.4%	29.9%
De 12 a 19 años	24.3%	22.4%	26.0%
De 20 a 59 años	63.1%	63.5%	62.8%
Mayor de 59 años	71.9%	--	58.9%

Fuente: Secretaría Metropolitana de Salud, Diagnóstico de salud del Distrito Metropolitano de Quito, 2018.

Estos casos de enfermedades crónicas no transmisibles se incrementan por las prácticas alimentarias que se han centrado en un consumo de alimentos que no son nutritivos. A ello también se suma, la inactividad física, así como también, una población que está recibiendo un poco más del 70% del tiempo de anuncios en los medios de comunicación de avisos publicitarios sobre alimentos procesados y bebidas no saludables (Freire et al. 2013), lo que septuplica la cantidad de ingesta de azúcar y de grasas (OPS y OMS 2014).

En este sentido, la industria agroalimentaria juega un papel desalentador en el consumo de alimentos de la población ecuatoriana, pues, una parte de la población con “ausencia de renta (dinero); es decir, bajo poder adquisitivo para alimentarse con regularidad, calidad y dignidad” (Espinosa et al. 2021), son quienes acceden a productos procesados por ser baratos, a diferencia, de la población con un mejor nivel socioeconómico que puede acceder a productos más orgánicos y pagar más por ellos (Friedman 2005 en Hollenstein 2020).

En base al estudio realizado por Castillo (2020) quien identificó 30 ferias agroecológicas en la ciudad de Quito, las cuales se concentran en mayor medida en el norte de la ciudad, implicando dificultades de cobertura para la población que habita el sur, así como otros factores que se convierten en limitantes, como el precio, la distancia y la distribución inequitativa donde se localizan las ferias o los puntos de venta de estos alimentos. Este panorama proyecta una segregación socioespacial desde un carácter socioeconómico de una zona de la ciudad desfavoreciendo a otras (Rebañ 2010 en Castillo 2020).

Ahora bien, dado el contexto actual de la pandemia del Covid-19, los CCCAA existentes han tomado mayor importancia por el aprovisionamiento de alimentos locales y agroecológicos, tal es el caso, de la Cooperativa Sur Siendo y a la canasta Yachik como CCCAA de Ecuador que contribuyen a una buena alimentación dado el contexto sanitario (Barrionuevo et al. 2020).

Son CCCAA que han tenido que ajustarse a las condiciones actuales, porque venían con una modalidad presencial en calidad de ferias agroecológicas y ahora pasan a la modalidad virtual, convirtiéndose en canastas y apoyándose de las redes sociales para llevar los alimentos hasta los hogares, respondiendo positivamente a la crisis de la pandemia y favoreciendo tanto la seguridad como la soberanía alimentaria del territorio (Barrionuevo et al. 2020).

Es por esto que nos interesa saber qué ha pasado con los CCCAA en el DMQ, si se mantienen o en qué se han transformado, dados los cambios o los impactos que han atravesado por la crisis de la pandemia del Covid-19, por sus condiciones materiales y logísticas, que podrían haber aportado a la posible conformación de RAA a través de la participación más activa de los actores, u otras modalidades de comercialización para enfrentar el contexto sanitario.

Problema y pregunta de investigación

En América Latina los índices de las enfermedades crónicas no transmisibles siguen aumentando en los diferentes rangos etarios, siendo considerada como la epidemia del siglo

XXI, convirtiéndose en unas de las principales causas de mortalidad y morbilidad (OPS y OMS 2014), entre ellas, la obesidad y el sobrepeso como factores de riesgo de las enfermedades crónicas en los diferentes territorios latinoamericanos (García et al. 2010).

Diferentes investigaciones indican que las enfermedades crónicas no transmisibles como la diabetes, incrementarían hasta en un 148% para el 2030, alcanzando unos 33 millones de personas (Ibáñez 2007). Problemas de salud que están relacionados con la malnutrición, dado que, los patrones de consumo han ido cambiando en la medida que se cuenta con mayor acceso a productos procesados y con altos contenidos de azúcares, sales y grasas saturadas (Martínez et al. 2009; OPS y OMS 2014).

En Ecuador la World Health Organization (WHO) indicó que la prevalencia de obesidad en los menores de 5 años fue de 5.1% para el 2008 (Martínez et al. 2009), y para el 2011 registró un 8.5% (Secretaría Metropolitana de Salud 2018). Estas cifras podrían estar asociadas a factores relacionados con los hábitos alimenticios, a la inactividad física, al acceso a alimentos procesados, por los bajos ingresos económicos de las hogares y la actividad publicitaria que incentiva el consumo de alimentos procesados; lo que repercute en la dieta alimentaria de la población del país (OPS y OMS 2014; Martínez et al. 2009; Di Masso 2012; Paredes, Latorre, y Prado 2020).

Para el caso del DMQ con una población de 2.5 millones de personas ha manifestado la presencia de enfermedades crónicas no transmisibles, entre ellas, hipertensión arterial y diabetes, que están relacionadas con los hábitos inadecuados de alimentación, la inactividad física, la obesidad y el sobrepeso (Sacoto, Torres, y López 2020). Además, los factores de riesgo para el DMQ son:

Hipertensión arterial: 8.9% (población de 18 a 59 años), sobrepeso/obesidad: 63.5% (población de 20 a 59 años), valores anormales de colesterol: 27.1% (población de 10 a 59 años), valores anormales de triglicéridos: 34.4% (población de 10 a 59 años) y resistencia a la insulina: 39.9% (población de 10 a 59 años) (Secretaría Metropolitana de Salud 2018, 36).

Bajo este panorama, donde las enfermedades crónicas no transmisibles están incrementando cada vez más, los CCCAA se convierten en una solución a los problemas alimentarios de los territorios (CEPAL, FAO e IICA 2014). Dado que, una alimentación basada en alimentos no procesados reduce el número de casos de obesidad y sobrepeso (IPS 2017; Jacoby et al. 2014).

Este problema alimentario se enmarca en el desarrollo territorial rural. Es el resultado de una dieta que proviene de la producción en masa de productos procesados y ultra procesados, que hasta incluso no se sabe de dónde provienen, pero que las personas a través de la publicidad, por ser accesibles y baratos deciden consumirlos, y en cierta medida, al no contar con suficientes CCCAA ocasionan ese paso a un consumo de alimentos procesados en vez de alimentos saludables (Saravia 2020).

Los CCCAA parten de una agricultura más sostenible y que fortalece a las economías locales, así motiva la producción de alimentos agroecológicos de los pequeños agricultores cercanos a las ciudades, generan relaciones campo-ciudad y promueven modelos de producción y consumo sostenibles (Rebaï 2010 y 2019; Contreras, Paredes y Turbay 2017). Así como también, la protección y la conservación del medio ambiente y de las prácticas culturales de los territorios, elementos importantes de la soberanía alimentaria y del desarrollo de las diferentes zonas rurales (Heifer 2014).

Sin embargo, los CCCAA pueden resultar frágiles en la medida que no se conviertan en RAA, puesto que, los pequeños agricultores pueden presentar dificultades en el momento de comercializar sus productos, o en asumir riesgos que puedan presentarse en medio del proceso, desde la preparación del terreno hasta la venta de los alimentos, o inclusive deben disminuir el precio de sus productos, porque no pueden competir con los precios del mercado (CEPAL, FAO e IICA 2014; Moreira 2016; Lorenc 2010).

En este sentido, cuando los CCCAA logran transformarse en RAA, permiten la articulación de más actores, sobre todo en la fijación más participativa de los precios de los alimentos agroecológicos, dado que, de ello depende que sean accesibles para los consumidores. Es por esto que la participación de los co-productores ya sea total o parcialmente en los diferentes procesos de producción, distribución, comercialización, alimentación y reciclaje, les permite establecer y acordar los precios de los alimentos (Winter 2003; Sánchez 2009; Venn et al. 2006) Winter 2003; Sánchez 2009; Venn et al. 2006).

Por lo tanto, analizar en qué medida los CCCAA se van transformando en RAA, implica entender cómo los procesos son co-organizados tanto por productores como por consumidores, y el compromiso que éstos últimos asumen para ser partícipes en la fijación de los precios, convirtiéndose el precio en un elemento clave en la democratización del acceso a alimentos agroecológicos (Winter 2003; Sánchez 2009; Venn et al. 2006). De acuerdo con Di Masso (2012), los precios en las RAAs tienden a ser el resultado de un acuerdo colectivo entre los actores, esto hace que los productos agroecológicos sean más accesibles a un grupo más amplio y popular de consumidores.

Dicho acceso segrega a la población bajo esa noción de los economistas como Keynes (1963) y Johnson (1974) en Salgado y Beltrán (2011), quienes se han centrado en el comportamiento del consumidor a partir de los ingresos económicos y los precios, de modo que, los consumidores se ven expuestos a la oferta del mercado, con precios que pueden percibirse como asequibles (Holland y Wessells 1998), y la otra cara de la moneda, radica en consumidores que son sensibles al precio de los alimentos agroecológicos y consideran no poder pagar por ellos (Higuchi 2015; Moreira 2016).

En este contexto, estudios realizados en Ecuador y en el Distrito Metropolitano de Quito, han analizado el comportamiento de los consumidores desde una noción centrada en el actor como individuo económico, y los hallazgos demuestran que el consumo agroecológico está estrechamente vinculado con buenos ingresos económicos (Vasco, Palacios, y Paspuel 2015; Vasco et al. 2019; Ortega 2009; Moreira 2016; Tendero 2011; Castillo 2019), características

socioeconómicas y sociodemográficas que impactan en la toma de decisión del consumo (Higuchi 2015), limitando el acceso a alimentos saludables (Barbosa et al. 2011).

Estas investigaciones analizaron a los consumidores como actores individuales y no como actores en red. Por esto, el abordaje de la fijación de los precios de los alimentos agroecológicos desde una manera más de actor en red, colectiva y organizada, donde no solo participan las familias productoras, da paso al presente estudio que se plantea como pregunta de investigación ¿cuáles son los procesos que distinguen a los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos de las redes de alimentación alternativa en el Distrito Metropolitano de Quito –DMQ- en el contexto del Covid-19?

Para la investigación se propone como caso de estudio la Cooperativa de Comercio Justo, Redes y Sabores, porque nos ofrecerá el escenario para identificar la posible formación de una red de consumidores y productores. Por otro lado, articularse al contexto actual del Covid-19, puede brindar información sobre los procesos que han atravesado los CCCAA, modificando las prácticas de distribución y comercialización de los alimentos agroecológicos y la posible formación de RAAs.

Hipótesis

Los CCCAA promueven la formación de las RAA en la medida que involucran activamente no solo a los productores, sino también a los consumidores, haciendo parte de los procesos de trabajo y acuerdos sobre el consumo. En este sentido, tanto productores como consumidores llegan a una comprensión de los procesos involucrados, de los acuerdos y así fijan de forma consensuada aspectos como el precio, la calidad, la cantidad, modalidades y puntos de entrega de los productos.

Estos procesos de negociación no solo contemplan el intercambio de información, sino que también, se promueve una construcción conjunta de valores alrededor del territorio donde los diferentes actores se interrelacionan (según Sánchez 2009; Riviera 2019). La hipótesis es que los CCCAA en el DMQ que han logrado sostenerse durante las crisis del Covid-19 son

aquellos en los cuales los actores y en especial los consumidores se involucran en mayor medida en todo el proceso de distribución de los alimentos, incluida la formación de los precios y, por tanto, la formación de RAA va más allá de la compra directa en CCCAA (Según Winter 2003; Sánchez 2009 y Venn et al. 2006).

Objetivos

Objetivo General

Analizar los procesos que distinguen a los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos de las redes de alimentación alternativa en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto del Covid-19

Objetivos Específicos

1. Caracterizar y comparar los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos y redes de alimentación alternativas del Distrito Metropolitano de Quito en el contexto del Covid-19.
2. Identificar las transformaciones socioespaciales de los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos y posible formación de redes de alimentación alternativas en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto del Covid-19.
3. Estudiar los procesos que se tejen en una red de alimentación alternativa del Distrito Metropolitano de Quito bajo el contexto del Covid-19.

Capítulo 1. Marco teórico y estado del arte

El presente capítulo está conformado por cuatro apartados. Un primer apartado, aborda el debate académico a un nivel macro y meso de la investigación. En un segundo apartado se

revisan los conceptos de circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos. En un tercer apartado se detalla ese paso de circuitos cortos a redes de alimentación alternativas. Finalmente, en el cuarto apartado se abordan los procesos colectivos de las RAAs y la formación de los precios de los alimentos agroecológicos.

1.1. El debate académico

La investigación se enmarca en el debate académico de la sociología económica y en la geografía económica como nivel macro. La primera, surge a raíz de las críticas realizadas a la economía clásica por autores como Marx, Weber, Durkheim y Simmel, dado que, la economía observa a los individuos como variables económicas, centrado en el comportamiento individual de las personas. La sociología le apunta a una visión más amplia, desde un área social, analizando no solo el comportamiento de los consumidores desde las preferencias, sino que también, considera las interacciones sociales entre las personas como un campo donde se tejen relaciones interpersonales (Granovetter 1985 en Pozas 2004; Steinner 2006 y Smelser 2006 en Braga et al. 2007).

La segunda, es la geografía económica que está inmersa en el contexto alimentario, estudia las polémicas como la inseguridad alimentaria, los hábitos de consumo, y los patrones espaciales que giran alrededor tanto de una producción masiva de alimentos, como en la forma en que se toman las decisiones de compra (Murdoch, Marsden, y Banks 2000; Winter 2003). Es una geografía que, no solo muestra un panorama real de las dinámicas que hay en medio de la producción, sino que también, puede causar impacto sobre la percepción de los consumidores, para optar por una alimentación de calidad (Winter 2003), que sea producida en una comunidad más local (Murdoch, Marsden y Banks 2000).

Esto alude a la construcción de nuevos tejidos sociales locales, de vínculos más estrechos a través de “un nuevo conjunto de transacciones entre productores y consumidores, independientemente de las fluctuaciones de los precios del mercado” (White 2020, 214). Estas transacciones responden a prácticas alternativas que ponen en primer plano las relaciones directas entre los actores participantes, las relaciones de confianza, y las conexiones por

medio de actividades donde no necesariamente se intermedia el dinero, sino que se articula con el trueque, el voluntariado o el intercambio.

De esta manera, se crean redes entre consumidores y productores por una alimentación más saludable y beneficiosa para las partes (White 2020). En sí, el uso de la geografía económica para visibilizar los circuitos cortos es una estrategia que intenta reconfigurar la manera de acceder a alimentación agroecológica y darle un giro al sistema de alimentación imperante (Winter 2003).

Por otra parte, desde el nivel meso se da paso para hablar de la economía social y solidaria, como un movimiento basado en las prácticas ancestrales, que busca satisfacer las necesidades de una comunidad, y está acompañado de relaciones de solidaridad, de cooperación y de reciprocidad, donde prima el bienestar general (Schujman 2014). Lo que responde a un modelo de producción, de comercialización y de consumo muy diferente a la propuesta por la economía capitalista que se centra en la oferta y demanda; mientras que, esta noción consiste en la venta directa y un comercio más social y más justo (Méndez y Monteserín, 2017).

Es un tipo de economía que crea mercados alternativos permitiendo el control sobre la formación de precios de los alimentos, de tal forma que, sean justos no solo para los consumidores sino también para los productores, reconociendo su labor, descartando la presencia de intermediarios en medio del proceso de la comercialización y permitiendo un cara a cara entre productores y consumidores (Moreira, Anello y Cruz 2020). Así como también, permite la vinculación de actores sociales de las zonas urbanas, favoreciendo el tejido social a través de una relación directa, cercana y solidaria (González 2017).

Son mercados que requieren de la existencia de una ciudad que esté próxima al territorio rural, donde éstas son consideradas como las áreas de consumo (Pengue 2017); mientras que, las zonas rurales son consideradas como áreas de producción que abastecen de alimentos agroecológicos a las ciudades próximas, dando lugar a modelos de producción y consumo

más sostenibles con el medio ambiente (Rebai 2019, 2010; Contreras, Paredes y Turbay 2017).

El debate académico se enfoca en las relaciones interpersonales, en procesos más solidarios y cooperativos entre los productores y los consumidores, donde se promueve un intercambio que no solo se reduce al pago por un bien, sino todo lo contrario, es un escenario donde se comparten saberes y experiencias dada la disposición de una relación directa entre los actores (Schujman 2014).

1.2. Circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos

Las formas de producción y de consumo de alimentos han estado basadas en prácticas de una agricultura globalizada, con una producción a gran escala, con ventas dirigidas a intermediarios o supermercados (Jarosz 2008). Sin embargo, hablar de prácticas agroecológicas viene a constituir más bien un retorno a las agriculturas locales, generando cambios en los territorios. Por lo tanto, hablar de CCCAA alude a cadenas cortas donde el consumidor es visto como una variable económica que se relaciona con el mercado a través de preferencias individuales, ya sea por aspectos como la cantidad, la calidad y el sabor de los alimentos; así como también, la conservación al medio ambiente y el apoyo a los productores (Soler y Calle 2010).

Estos CCCAA se enmarcan en la relación cara a cara entre los productores y los consumidores, reduce la intermediación, y se aparta de esa matriz globalizante de la producción y consumo en masa (Di Masso; Soler y Calle) y que los precios beneficien a ambas partes a través del comercio justo (Migliorati 2016). Es por esto que se articulan a economías locales en la medida que, los CCCAA conservan una proximidad, acortan distancias entre lo rural y lo urbano; y se expresan a través de puntos de comercialización ya sea por medio de ventas locales, mercados, ventas directas en las fincas, tiendas, ferias, canastas y restaurantes, entre otras (CEPAL 2016; Raton, Blanquart, Biasi 2017), favoreciendo así la economía de los pequeños productores (Méndez y Monteserín, 2017).

Dentro de la literatura revisada se puede considerar que, los CCCAA proponen un modelo alternativo, al ser sostenible tanto en la forma de producción, distribución y consumo, y porque reducen los impactos negativos al ambiente (Soler y Calle 2010; Ruiz 2013).

Configuran espacios de encuentro entre productores y consumidores, quienes crean canales de comunicación directos, basados en una producción y consumo agroecológico (Ruiz 2013). Así como también, comparten valores y principios similares, porque se interesan en proteger el medio ambiente e impulsar una alimentación saludable en los territorios (Contreras, Paredes y Turbay 2017; Girard y Rebaï 2020; Sánchez 2009).

Sin embargo, aún conservan procesos individualistas, analizados bajo una serie de variables socioeconómicas y sociodemográficas del consumidor, quien decide qué, cómo y cuándo comprar, figura mercantilista que persiste en las economías locales (Raton, Blanquart y Biasi 2017). Además, el nivel de compromiso de parte de los consumidores, solo se basa en adquirir el producto sin vincularse en el proceso que abarca desde la producción hasta la comercialización de los alimentos agroecológicos (Sánchez 2009; Di Masso 2012).

Por tanto, en la medida que implique mayor compromiso de parte de los consumidores, provocará una transformación de un CCCAA a una RAA, dado que, favorece la vinculación de actores que asumen mayores compromisos, es decir, se habla de consumidores responsables (Jarosz 2000; Venn et al. 2006; Soler y Calle 2010).

1.3. Redes de alimentación alternativas

Las Redes de Alimentación Alternativas o Alternative Food Networks –AFN-, son definidas como esos “mecanismos, sistemas, circuitos o canales de producción, distribución y consumo de alimentos que se fundamentan en la reconexión o comunicación cercana entre el productor, el productor y el consumidor, que articulan nuevas formas de relación” (Sánchez 2009, 188).

Seguido a esta definición y con base a la literatura abordada para la presente investigación de tesis, se ha evidenciado que, en medio del discurso de los autores como Rosol (2019); Venn et al. (2006); Winter (2003); Jarosz (20008); Sánchez (2009); Soler y Calle (2010) no precisan

diferencias entre un CCCAA y lo que es una RAA, y que en suma es el interés de la presente investigación hacer dicha distinción. Recogiendo elementos de estos autores y desde la postura de la investigadora de la presente tesis, se logra distinguir particularidades de cómo los CCCAA se expanden a RAAs provocando cambios socioespaciales. Es decir, de un carácter individual a uno colectivo, de un espacio de encuentro entre productores y consumidores a un proceso colectivo, donde los consumidores se interesan por articularse de manera parcial o total en la organización, asumiendo responsabilidades y gestiones necesarias para preservar el consumo de alimentos agroecológicos en el tiempo.

Con base a lo mencionado, se entenderá por RAAs como esas promotoras de nuevas dinámicas, formas de ordenación, de distribución (Montagut 2007; Monachon 2017) y de localización de los alimentos en un territorio, que ocasiona cambios continuos asociados a fenómenos sociales, económicos, culturales, políticos, entre otros (Rivera 2012), dado que, empiezan a tejer relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad hacia un bien común (Schujman 2014; Raton et al. 2017; Méndez y Monteserín 2017). Alternativa de mercado que permite la vinculación de actores diferentes a los productores.

Y que, para efectos de esta tesis se puedan encontrar pautas diferenciadoras entre lo que es un CCCAA y una RAA. Por lo tanto, las RAAs se analizarán bajo la perspectiva planteada por Gibson y Graham (2003, 2006, 2008, 2016 y 2019) en Rosol (2019), quienes contemplan elementos como el tipo de transacción económica ya sea por medio de venta de alimentos, intercambio o donaciones; las prácticas laborales, sea trabajo no remunerado o si los productores cobran un salario; y las formas de organización económica, si es a través de organizaciones, cooperativas, asociaciones o empresas.

Así como también se entenderá que en las RAAs los consumidores responsables pueden tener influencia en la fijación de los precios de los alimentos por medio de acuerdos con los productores, de modo que, los actores juegan un rol en la toma de decisiones sobre los precios al ser parte de una red (Soler y Calle 2010). Esto se logra, a través de acuerdos con los productores; y se configuran espacios donde no solo se produce una transacción económica, sino que es un espacio de intercambio de experiencias y responsabilidades colectivas y

participativas tanto en la producción como en el consumo (Winter 2003; Sánchez 2009; Rosol 2019; Jarosz 2008; Venn et al. 2006).

1.4. Redes de alimentación alternativas y la formación de precios de alimentos agroecológicos

Los procesos colectivos que emergen alrededor de las RAA generan cambios sociales en la forma de construir tejido social entre campo-ciudad (Borja et al. 2018), que resulta a partir de un trabajo en red entre consumidores y productores (Montagut 2007; Monachon 2017; Schujman 2014), quienes revalorizan los territorios a través de dinámicas de producción y de consumo más responsables y sostenibles con el medio ambiente (Martínez 2017).

En consecuencia, la creación de alianzas entre estos actores están bajo la noción de intereses, valores y principios comunes que se tejen alrededor de las prácticas agroecológicas (Lamine, Darolt y Brandenburg 2012). Por tanto, los consumidores responsables se insertan en el proceso que se despliega desde la organización hasta la comercialización de los productos (Rosol 2019; Jarosz 2008), y, asimismo, se distribuyen el rol de la coordinación, el control y la participación en la toma de decisiones, comparten beneficios y riesgos que son asumidos por ambas partes, y, especialmente influyen en la fijación de los precios de los alimentos agroecológicos (Winter 2003; Sánchez 2009).

De acuerdo con los propósitos de esta investigación, los precios no solo se fijan entre agentes económicos para acceder a un bien o servicio, en un mercado de oferta y demanda; más bien, tienen una connotación sociológica a razón de que es un hecho que se produce socialmente (López y Lewknow 2018). Por lo tanto, los acuerdos que se tejen alrededor de los precios, no solo facilitan el acceso a los productos, sino que también, permiten la construcción de estrategias que beneficien la convivencia entre los diferentes actores (Polanyi 2008 en Coraggio 2013).

Cabe resaltar que, estos procesos de acuerdo implican un grado de compromiso de parte de los consumidores responsables, de tal modo que, se encargan tanto de recoger los alimentos

frescos desplazándose hasta las zonas rurales, como suministrando el transporte para llevarlos hasta las ciudades y comercializarlos (Sánchez 2009; Rodríguez 2015).

En otras palabras, los acuerdos consisten en que los consumidores responsables aseguren una infraestructura que está dada por locales o puntos donde se almacenan los alimentos, y que asumen la distribución de los productos, gestionan los costos de transporte discriminados por el volumen, por distancia en km/hora tanto de recogida como de reparto de los productos, así como también, asumen pérdidas que se puedan presentar (Galindo 2010; La Garbancita Ecológica 2011).

Por otro lado, estos acuerdos se enfocan en que los alimentos puedan ser comercializados a precios favorables y que se pueda acceder a una alimentación más sostenible y saludable (Sánchez 2009; Rodríguez 2015), por lo tanto, los precios a veces son determinados hasta para todo un año, con el objetivo de “garantizar una estabilidad financiera” (Sánchez 2009, 192).

Es así que, la conformación de los precios de los alimentos agroecológicos en una red busca la equidad social tanto para quienes los producen como para quienes los consumen, a través de las RAA donde el pequeño agricultor y el consumidor responsable llegan a un acuerdo participativo (Schujman 2014; Sánchez 2009; Rodríguez 2018), de modo que, los primeros se comprometen en suministrar alimentos agroecológicos, y los consumidores responsables participen de manera activa en los diferentes procesos, dependiendo su grado de vinculación, sea en la formación pedagógica sobre el proceso desde la producción hasta la alimentación, o entre otros, creando conexión entre campo y ciudad (Monachon 2017; Montagut 2007).

Capítulo 2. Marco metodológico

Esta investigación tuvo como interés general analizar los procesos que se tejen alrededor de los CCCAA para la formación de RAA en el DMQ en el contexto del Covid-19, dado que, las investigaciones realizadas sobre la temática han abordado el consumo como una práctica individual. Sin embargo, puede llegar a abordarse desde prácticas colectivas, donde los consumidores se convierten en actores que asumen roles más importantes en los procesos desde la producción hasta la comercialización de los alimentos agroecológicos, así como también, son actores que participan activamente en la fijación de los precios de alimentos agroecológicos (Sánchez 2009).

En este apartado se detallan dos momentos que explican la construcción metodológica del estudio. Un primer momento, correspondió al paso a paso de la investigación, y un segundo momento, estuvo destinado a detallar la metodología para lograr los tres objetivos específicos que se propusieron para el desarrollo del presente estudio.

2.1. Primer momento de la investigación

A continuación, se presenta cada uno de los pasos que se siguieron para la construcción metodológica de la presente investigación. Primero, la posición de la investigadora del presente estudio, es extranjera y no hace parte de la comunidad sea de los productores o de los consumidores responsables del estudio de caso que abordará. Sin embargo, se contó con la oportunidad de tener contacto previo con el coordinador de la Cooperativa Sur Siendo, manifestando el interés de realizar dicha investigación.

Segundo, para la organización del material de consulta, (construcción del contexto, el estado del arte y el marco teórico), se partió de la revisión de literatura de artículos y de tesis, en buscadores entre Taylor & Francis, Jstor, Scopus, Dialnet, Redalyc, Flacso Andes, eumed net Enciclopedia Virtual y Google Académico, con palabras clave como: red de alimentación alternativa o en inglés Alternative Food Networks, consumidores responsables, precios, la sociología de los precios y campo-ciudad, análisis espacial, así como también, la economía social y solidaria y la sociología económica, que aluden al enfoque teórico en el que se

fundamenta el presente estudio. Como resultado de la búsqueda se identificaron 89 documentos, de los cuales, 3 están en idioma francés, 12 en inglés y 74 en español. De dicha búsqueda se obtuvieron varios artículos que indicaron no solo el tipo de investigación, sino que también, permitió una aproximación para el abordaje metodológico. En este sentido, la información recolectada fue organizada en el gestor bibliográfico Mendeley.

Tercero, se indagó por las metodologías aplicadas por diferentes autores en la literatura recolectada, como se describe posteriormente. Encontrándose estudios donde Moreira (2016); Llano, Mojerón y Pozo (2014); López, Gracia y Barreiro (2013); Vasco et al. (2017 y 2019); Vasco, Palacios y Paspuel (2015), emplearon una metodología mixta, indagando a través de encuestas y entrevistas bajo un contexto individual.

Incluyendo, entrevistas a profundidad, con preguntas para analizar el perfil socioeconómico de los consumidores a través de las características económicas y sociales, la percepción sobre los precios de los alimentos, el motivo del consumo, el conocimiento del producto, la razón de su consumo, y las motivaciones del consumo de alimentos agroecológicos. Así como también, entrevistas dirigidas a productores, para conocer tanto su participación en el mercado local como las razones de incursionar en una producción agroecológica, (Vasco et al. 2019).

La literatura reportó que, las encuestas estuvieron enfocadas en una serie de preguntas cerradas tales como: “¿qué compran los consumidores?, ¿por qué lo compran?, ¿cuándo lo compran?, ¿dónde lo compran?, ¿con qué frecuencia lo compran?” (Llano, Mojerón y Pozo 2014, 7). Asimismo, como los factores que influyen en la intención de compra y el consumo, la frecuencia, la publicidad, los aspectos relevantes o atributos de los mismos, el conocimiento, la intención de compra, las actitudes hacia la compra, los hábitos relacionados con la salud y la percepción sobre los precios (López, Gracia y Barreiro 2013).

Los estudios mostraron un patrón al analizar al consumidor de alimentos agroecológicos como un actor individual. No obstante, Castillo (2020), explora que el consumidor puede ser analizado no solo como una relación individual, sino más bien, como un actor que puede

articularse con los productores. Castillo (2020) se basó en la actualización de los CCCAA a través de encuestas, promovió grupos focales y talleres para la construcción de mapas parlantes (representación del pasado, presente y futuro), y articuló los sistemas de información geográfica –SIG- para la georreferenciación de los datos; y finalmente, procedió a la elaboración cartográfica.

Castillo (2020) se centró en el abordaje de los precios de los alimentos agroecológicos, en vista de que, el precio resulta ser un factor condicionante al comprar alimentos agroecológicos, porque comúnmente son considerados más costosos que los convencionales, y no son asequibles para la comunidad ubicada en el sur de Quito. En su estudio de caso, identificó que uno de los procesos de acuerdos entre productores y consumidores responde a la fijación de los precios de los productos.

Las investigaciones citadas han abordado los CCCAA bajo la noción de precios desde un enfoque individualista al analizar cada una de las variables presentadas; sin embargo, en el último estudio señalado se alcanzó a visualizar que existen otras formas de estudiar esta temática. En este sentido, son investigaciones que brindan herramientas como el uso de los SIG y la observación participante como métodos de apoyo para el análisis (Castillo 2020), que serán empleadas para el presente estudio.

Cuarto, se revisó la base de datos Ekomer del 2017 y se actualizó al 2021, a partir de la información registrada en la página www.quericoes.org, esto permitió hacer una primera comparación en número y mediante una entrevista con el gestor de esta página, Marcelo Aizaga, se identificó cuáles de estos CCCAA tienen para el año 2021 características de RAAs. La información de la base de datos fue recogida a través del proyecto denominado fortaleciendo la campaña de consumo saludable de alimentos 250.000 familias en Ecuador, y tuvo como finalidad aplicar encuestas a los hogares de varios cantones, entre ellos Quito, en diferentes categorías de comercialización agroecológica como canasta agroecológica, feria agroecológica, mercado municipal, supermercado, tienda agroecológica, tienda de barrio y verdulería.

La actualización de la base de datos al 2021 se realizó por medio de la participación en el proyecto denominado fortaleciendo el impacto del consumo de alimentos saludables en redes alternativas de alimentos para enfrentar las enfermedades crónicas en Ecuador 2021-2024, que tiene como finalidad caracterizar las RAAs a modo de determinar las formas de alimentación y producción agrícola que llevan a una buena alimentación y a prevenir la diabetes e hipertensión. En este marco y dado el contexto de la pandemia se realizó una caracterización general de una submuestra de ocho casos de estudio, para ello se aplicó una encuesta semiestructurada (instrumento del proyecto mencionado) a los coordinadores de ferias/mercados/iniciativas agroecológicas del DMQ.

Quinto, una vez se tuvo un contexto general de estos estudios de caso, la investigadora se enfocó en describir de manera más detallada al estudio de caso de la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores. Se aplicaron entrevistas semiestructuradas tanto al coordinador, a los productores como a los consumidores de la feria agroecológica Madre Tierra, así como también, la investigadora se involucró con las actividades realizadas en este espacio a través de la observación participante.

Sexto, el diseño general para el análisis de la información, constó de un análisis socioespacial, enfoque que contempla nuevas formas que emergen en el territorio y que responden a transformaciones socioespaciales sean de carácter económico, social o espacial (Buzai y Baxendale 2015). Aparece el discurso de la geografía fenomenológica que contempla una narrativa de corte cualitativo (por ej. coremas), y que intenta recoger la información espacial y social tanto de los fenómenos humanos como físicos describiendo detalladamente los cambios observados (Fredis 2020).

El análisis se centró en la elaboración de coremas a partir de la información de la base de datos Ekomer 2017 y la base de datos actualizada al 2021 bajo el contexto de la pandemia. Análisis que permitió comparar entre los ocho estudios de caso, cuáles se han transformado en otras modalidades de comercialización, y cuáles de ellos han incorporado activamente la participación de los consumidores.

2.2. Segundo momento de la investigación

La investigación abordó una metodología mixta, de corte cuantitativo, a través del análisis de bases de datos; y de corte cualitativo, por medio de entrevistas semiestructuradas, conversación (entrevista informal), observación de campo y cartografía cualitativa. En este apartado, se detalló la metodología para objetivos específicos (gráfico 2.1), se hizo énfasis en la base teórica, la unidad de análisis, la selección de la muestra, las variables o conceptos, los indicadores principales, y la elección/justificación de los instrumentos metodológicos.

Objetivo 1: caracterizar y comparar los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos y redes de alimentación alternativas del Distrito Metropolitano de Quito en el contexto del Covid-19

La comparación entre CCCAA y RAAs se basó en la aplicación de las encuestas semiestructuradas dirigidas a los coordinadores de los puntos de comercialización. Para identificar puntos de comercialización, por un lado, se tomó como referencia aquellos de la encuesta Ekomer 2017 y por otro, se identificaron los sitios que aparecían en la página web quericoes.org, luego se procedió a aplicar algunos criterios de selección para aplicar la encuesta 2021 (anexo 7) que en algunos casos fue presencial y en otros de manera virtual, es decir, dirigido a los mercados, ferias y restaurantes de alimentos agroecológicos en el DMQ. Luego, se procedió a comparar la información suministrada para la caracterización general de los ocho casos de estudio bajo el contexto del Covid-19.

Los lineamientos para dicha comparación se centraron en los elementos que plantea Rosol basada en Gibson y Graham: tipo de transacciones económicas, prácticas laborales, formas de organización económica, y como fijación de precios, colectividad y eventos o crisis (Winter 2003; Sánchez 2009; Jarosz 2008; Venn et al. 2006; Di Masso 2012). Finalmente, se elaboró una cartografía base de la ubicación de los puntos de comercialización que hicieron parte de la investigación, una descripción de cada uno y se elaboró un cuadro comparativo que subraya las distinciones entre CCCAA y RAAs.

Objetivo 2: identificar las transformaciones socioespaciales de los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos y posible formación de redes de alimentación alternativas en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto del Covid-19

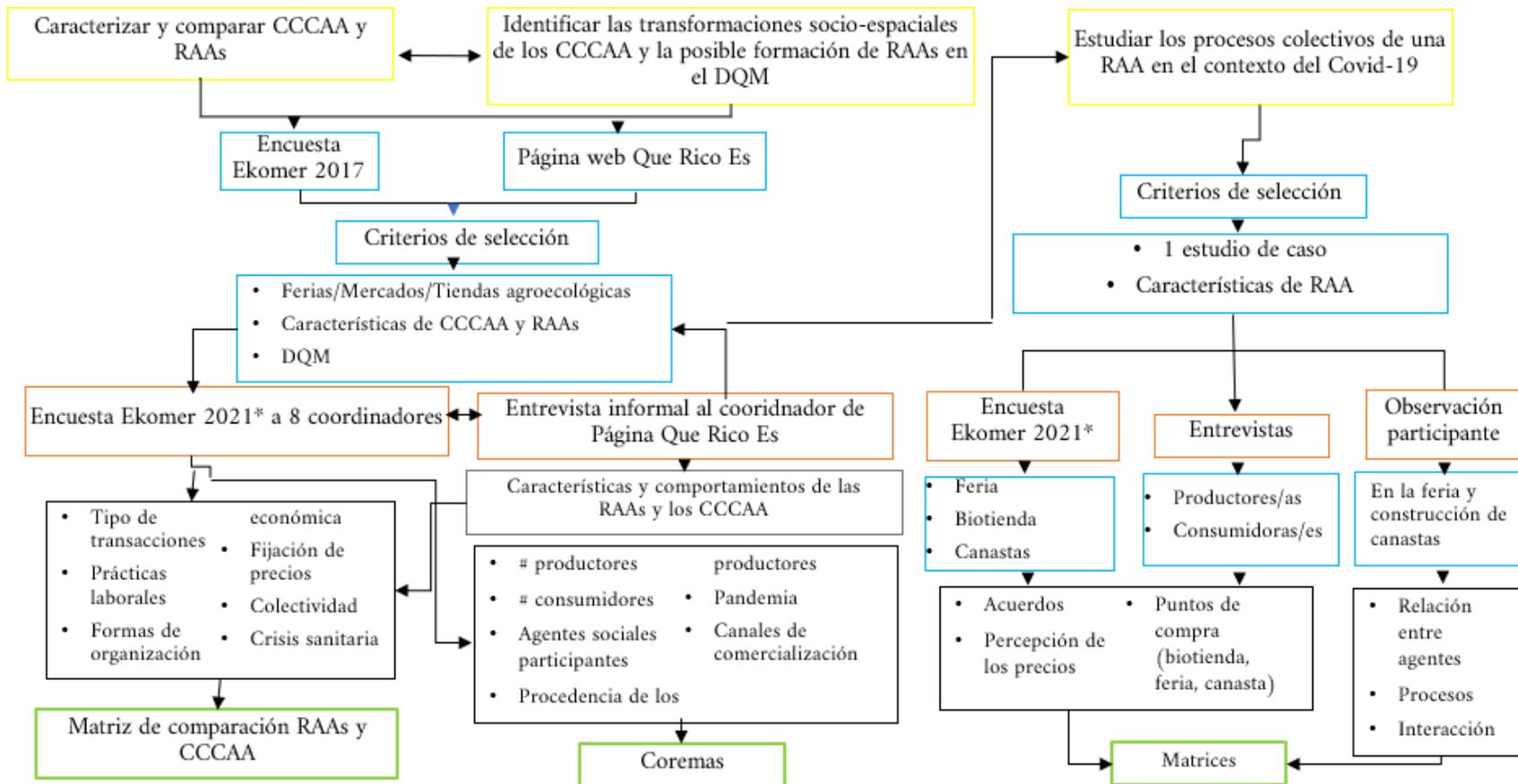
Para este objetivo se emplearon los mismos criterios de selección de espacios de comercialización detallados en el primer objetivo, además, se incorporaron elementos como el número de productores, el número de consumidores, los actores que están en el proceso, también se incluyó la procedencia de los alimentos agroecológicos y los canales de comercialización, para resaltar los cambios presentados bajo el contexto de la emergencia sanitaria.

Para ello, se efectuó una entrevista informal (anexo 5) de carácter presencial con Marcelo Aizaga responsable de la documentación y comunicación de la campaña Qué Rico Es, dado que él viene conservando una relación directa no solo con los coordinadores de los puntos de comercialización agroecológica, sino que también con los productores agroecológicos del DMQ y que contribuye al análisis con sus percepciones. Este análisis se basó en la construcción de coremas, que permiten dar un relato del territorio e identificar las transformaciones socioespaciales a partir de la información recogida en las dos encuestas, 2017 y 2021 en el contexto de la pandemia.

Objetivo 3: estudiar los procesos que se tejen en una red de alimentación alternativa del Distrito Metropolitano de Quito bajo el contexto del Covid-19

Para este objetivo se procede a seleccionar uno de los ocho casos de estudio que contemplaba más características de una RAA y que resaltaba la fijación de los precios mediante acuerdos entre los productores y los consumidores responsables (anexo 6), esto más para ir encontrando respuestas alrededor de la hipótesis planteada en la presente investigación.

Gráfico 2.1. Flujograma metodológico



Leyenda

- Fases de la investigación
- Insumos
- Instrumentos aplicados 2021
- Información recabada con los instrumentos 2021
- Presentación de los resultados obtenidos

El caso de estudio seleccionado fue la feria agroecológica Madre Tierra coordinada a través de la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores. Para ello, se realizaron varias entrevistas, una dirigida a los coordinadores de la feria (instrumento que hace parte del proyecto en el cual se enmarcó la presente investigación), de la biotienda y de las canastas agroecológicas (anexo 1); a seis consumidores (anexo 3) y cinco productores (anexo 2) tanto hombres como mujeres para identificar si hay diferencias en las respuestas. También se aplicó la observación (anexo 4) participante para tener un panorama más amplio de las dinámicas de esta red.

Las entrevistas se hicieron de manera presencial, dado que, estaban regresando a la normalidad. Para el coordinador de la feria se averiguó un poco sobre el proceso que ha tenido la cooperativa y los acuerdos que existen entre los participantes. Para los productores se consultó sobre los roles de los actores, acuerdos en la fijación de los precios, acuerdos de visitas a las áreas de producción, procesos de acuerdo entre los mismos productores y nivel de participación de los consumidores responsables.

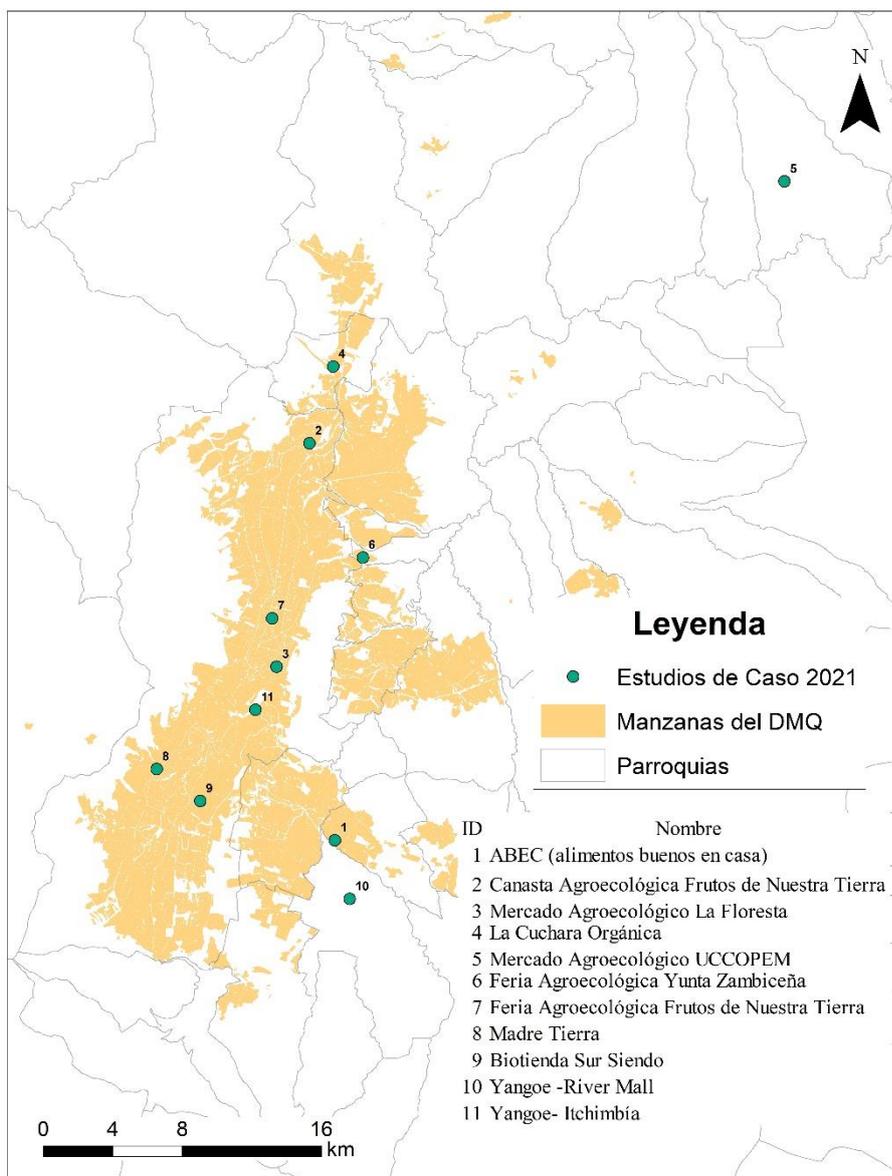
Para los consumidores, los indicadores que se incluyeron fueron la percepción de los precios, la interacción consumidor-productor, el tipo de consumidor (frecuente u ocasional), la cantidad de dinero que invierte en las compras, los motivos de consumo y los impactos de la pandemia. La observación participante lo realizó la investigadora en el rol de consumidora y como voluntaria para la elaboración de canastas agroecológicas, bajo una serie de indicadores como la relación entre los actores de la red y los consumidores, la relación entre productor-consumidor, y la manera como están organizados en el espacio de la feria todo bajo el contexto de la pandemia.

Finalmente, para el análisis de la información, las entrevistas se transcribieron y se procesaron en el software Nvivo. Se crearon nodos para la codificación en base a los indicadores planteados. Después, se realizó un cuadro síntesis con elementos claves de los procesos colectivos alrededor de la fijación de los precios de los alimentos agroecológicos de la Cooperativa.

Capítulo 3. Distinción entre circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos y redes de alimentación alternativa

En el presente capítulo se caracteriza y se compara a partir de ocho estudios de caso (mapa 3.1) cuáles son circuitos cortos de comercialización agroecológica, cuáles están en proceso de convertirse en RAA y cuáles ya son RAAs bajo el paraguas del marco teórico y conceptual desarrollado en esta tesis.

Mapa 3.1. Ubicación de los ocho casos de estudio en el DMQ, 2021

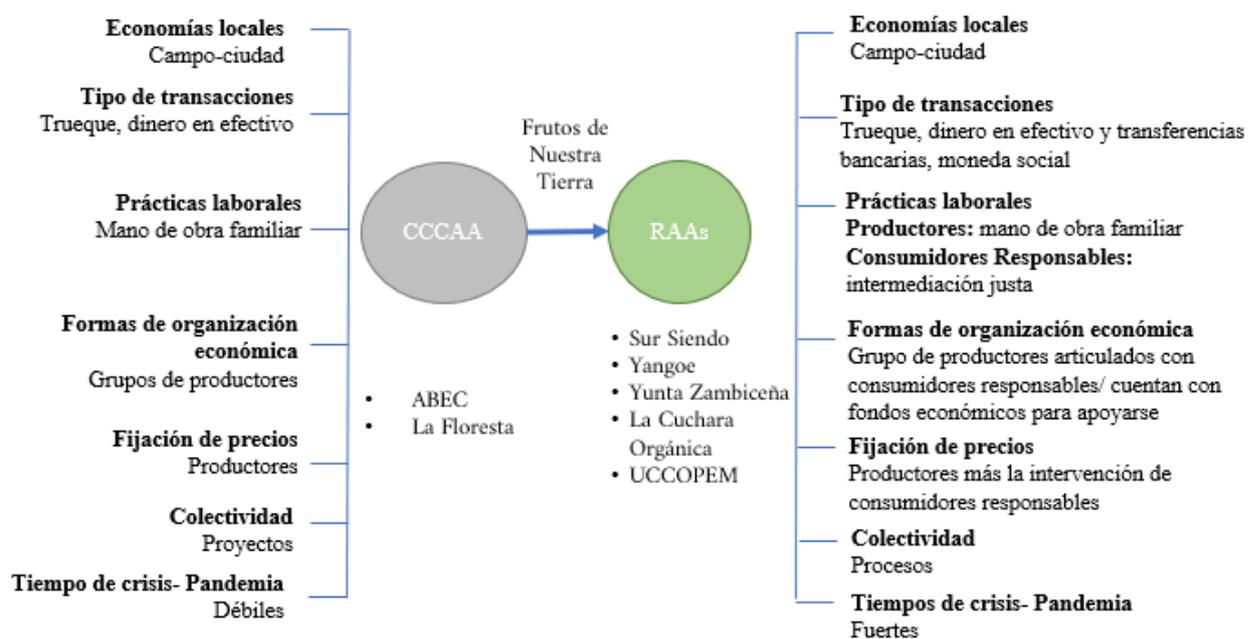


Fuente: Elaborado por la autora con base en la Encuesta Ekomer 2021.

3.1. Circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos

De acuerdo con Gibson y Graham (2003, 2006, 2008, 2016 y 2019) en Rosol (2019), los resultados analizados de los ocho casos indicaron lo siguiente, dos cuentan con características de CCCAA, uno tiene pautas de CCCAA y está en vías de transformación a una RAA, y cinco son RAAs, tal como se puede detallar (gráfico 3.1).

Gráfico 3.2. Caracterización y comparación entre los circuitos cortos de comercialización agroecológica y las redes de alimentación alternativas



Fuente: Elaborado por la autora con base a la literatura revisada y Encuesta Ekomer 2021.

En este estudio se indicó que los circuitos cortos de comercialización agroecológica son los que apuntan a una economía local como El Mercado La Floresta que es una feria de alimentos agroecológicos y ABEC Alimentos Buenos en Casa ubicados en una feria en la calle Isabela Católica y Galvis y en el Valle de Los Chillos respectivamente dentro del DMQ. El primero está conformado por un grupo de 100 familias agricultoras quienes producen en sus propios huertos, y se han articulado al proyecto de agricultura orgánica-agroecológica de Agrupar Conquito a fin de sembrar ancestralmente, mejorar sus prácticas productivas y conservar el suelo (entrevista a Elvira, coordinadora del Mercado Agroecológico La Floresta, Quito, 03 de mayo de 2021), mientras que ABEC está conformada por 14 familias productoras

independientes, donde cada uno tienen un huerto familiar y la base de este circuito corto consiste en generar un “aprendizaje de unos a otros, que sus hogares sigan la agroecología y la alimentación saludable” (entrevista a Margarita, coordinadora de ABEC, Quito, 13 de mayo de 2021), de modo que la producción permita la conservación del campo.

Por lo mencionado anteriormente, tanto el Mercado La Floresta como ABEC son familias organizadas entre sí quienes asumen la responsabilidad desde la producción hasta la comercialización de alimentos agroecológicos en el DQM, por ello La Floresta trabaja por la certificación orgánica Nacional y del Ministerio de Agricultura y Ganadería- MAG- para seguir haciendo posible esta tarea de llevar alimentos saludables a varios hogares, es por esto que, “solo aceptan a productores, no aceptamos intermediarios, y debemos verificar que tengan huerto” (entrevista a Elvira, coordinadora del Mercado Agroecológico La Floresta, Quito, 03 de mayo de 2021). En otras palabras, la coordinadora enfatizaba que los huertos deben estar acorde a las exigencias mínimas para que su producción haga parte del mercado La Floresta, algunas de ellas, “estar pendiente de que los productos no falten, la calidad y la presentación. La calidad, tiene que ser un producto bueno, sin picado del gusano; y, la presentación, de que tiene que ser con el peso justo” (entrevista a Elvira, coordinadora del Mercado Agroecológico La Floresta, Quito, 03 de mayo de 2021).

Aunque el Mercado La Floresta es un grupo de productores que se enfocan en establecer una estrategia que permita las visitas a las huertas para así garantizar a los consumidores la calidad de sus alimentos, se percibió una dependencia de parte de los productores hacia quien los coordina como proyecto, pues si bien, la pandemia llegó como una incertidumbre, los productores no contaban con números de teléfono de los consumidores para continuar comercializando sus productos. Es claro que, no se han articulado con los consumidores y que puedan fortalecerse mucho más como mercado.

Además, la coordinadora indicó que “generalmente no llegaban muchos consumidores y los productores deben llevarse sus alimentos de regreso” (entrevista a Elvira, coordinadora del Mercado Agroecológico La Floresta, Quito, 03 de mayo de 2021). Aquí, se refleja que los pequeños productores son quienes asumen todos los gastos económicos desde la producción

hasta la comercialización de los alimentos, implicando un grado de trabajo muy fuerte por parte de estos productores y que su tiempo y trabajo en este espacio de la feria aun no es tan valorado por consumidores, o que no hay un canal de comunicación tan fuerte para hacer visible este mercado.

Con respecto a la fijación de los precios El Mercado La Floresta hace un cálculo de los costos de producción entre ellos como agricultores, donde incluyen los costos de transporte y administración, y también incorporan precios como

Cuánto nos cuesta la planta de lechuga, cuánto se pone de abono, se debe comprar alfalfa, poner un costo del abono, la mano de obra, el agua cuando se riega por ejemplo en el verano, las trampas para mariposas, de ahí tenemos para la postcosecha (el agua), y el transporte (entrevista a Elvira, coordinadora del Mercado Agroecológico La Floresta, Quito, 03 de mayo de 2021).

Ahora en medio del contexto de la pandemia, la coordinadora señaló que se han “mantenido con los precios, pero debemos ser conscientes que caseritos se han quedado sin trabajo, y a veces piden la mitad” (entrevista a Elvira, coordinadora del Mercado Agroecológico La Floresta, Quito, 03 de mayo de 2021), en otras palabras, la pandemia reflejó un impacto negativo económico para los productores de este mercado porque se disminuyó el consumo, pues dicho mercado tuvo que cerrar por seis meses por la misma emergencia sanitaria sin tener contacto con sus consumidores.

Por su parte, ABEC maneja un precio fijo y los costos económicos “son asumidos por la misma familia miembro del grupo” (entrevista a Margarita, coordinadora de ABEC, Quito, 13 de mayo de 2021). Así como, la fijación de los precios es establecida por el mismo grupo de las 14 familias,

nosotros es precio fijo, eso no sube ni baja, no cambiamos para nada, en el mercado estará caro, estará barato, nada tenemos que ver, un solo precio manejamos [...] cosa que el cliente

sabe cuánto tiene que pagar, porque ya sabe cuánto cuesta [...] hasta los clientes nos ayudan a hacer la suma (entrevista a Margarita, coordinadora de ABEC, Quito, 13 de mayo de 2021).

Aunque la emergencia sanitaria y las restricciones se han extendido “los precios se han mantenido entre las canastas y las ventas [...] aunque esperamos superar lo que era antes” (entrevista a Margarita, coordinadora de ABEC, Quito, 13 de mayo de 2021). Sin embargo, uno de los impactos positivos que trajo consigo la emergencia sanitaria fue la dinamización para ABEC, es decir, la “entrega de alimentos por medio de canastas agroecológicas gracias a tres compañeras que hacen posible esta labor” [...] asimismo, permitimos las visitas a las huertas para que los consumidores conozcan un poco sobre las dinámicas de producción agroecológica (entrevista a Margarita, coordinadora de ABEC, Quito, 13 de mayo de 2021).

A modo de síntesis, el Mercado La Floresta y ABEC aún son CCCAA dado que, no han logrado que otros actores diferentes a ellos como productores hagan parte del proceso, por ejemplo, en la logística de la comercialización, de la fijación de precios, o de una distribución de responsabilidades, por ende, los productores continúan con dicha labor, aunque la pandemia les permitió entender la importancia de crear una red de comunicación para continuar comercializando sus alimentos. Sin embargo, los costos económicos desde la producción hasta la comercialización de los alimentos son asumidos por cada uno de los productores, por esa razón los pequeños agricultores presentaron dificultades en medio de la pandemia, al no contar con los contactos de sus consumidores o lograr establecer otras maneras para fortalecerse.

Un claro ejemplo diferenciador entre CCCAA y RAAs se refleja en la colectividad, en el trabajo de campo, se observó que, el mercado La Floresta no es totalmente autónomo, pues, es dependiente de proyectos o propuestas del municipio, quien les brinda apoyo, gestión y los dota de elementos como mesas, sillas, mandiles, espacio, entre otros. En medio de las visitas a este mercado de parte de la investigadora de esta tesis, se notó que los productores están a la espera de que el municipio sea el encargado de hacer las gestiones, y no se evidenció iniciativa de parte de ellos como grupo de productores, que puedan tejer relaciones con actores distintos. Articular a consumidores puede ser clave para que sean ellos mismos

quienes logren empoderarse, no solo para hacer posible la producción y la comercialización, sino también, para atravesar crisis como la pandemia y enfrentar nuevos retos como la entrega de pedidos de canastas a domicilio, manejar transferencias y estar frente a los procesos de gestión que esto implique.

3.2. Proceso de transición de los CCCAA hacia RAAs

Podemos decir que la Feria Agroecológica Frutos de Nuestra Tierra de acuerdo a sus características está en el proceso de transformación a una RAA. La Feria que nació como un “proyecto de gestión local desde organizaciones civiles de Quito y a partir de una organización cultural un colectivo, y una organización barrial” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021), actualmente opera en la modalidad de canastas agroecológicas (norte de Quito, en la Casa Somos Quito) y como feria itinerante en el mercado Ñaquito, dado el contexto de la pandemia. Este proyecto refleja una figura de carácter cultural, deportiva, y sobre todo de alimentación sana. Sus primeros intentos se enfocaron en las huertas agroecológicas y la configuración de Aya Hataryi como grupo cultural ícono para el norte de la ciudad.

Este proyecto en el 2011 consiguió el “primer pilotaje del modelo de gestión, invitando a las vecinas del norte de la ciudad, en el sector de la supermanzana C” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021), gracias a la oportunidad que tuvo la presidenta barrial del sector (quien más adelante asume el rol de coordinadora de los SPGs de la feria), en articularse con campesinos, técnicos y ONGs, a fin de “lograr ser beneficiarios con carpas [y] equipamiento para las compañeras” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021), de esta manera se comenzó a dinamizar la feria.

Esta feria está constituida por un grupo de consumidores organizados quienes fomentan “procesos solidarios, a plantearse relación campo-ciudad y de revalorizar [el territorio]. Los productores tienen como función tener una producción limpia, conservar semillas, conservar su identidad, exigir el derecho a la ciudad, garantizar esa articulación con los espacios y

generar bienestar social para todos” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021). Mientras que el grupo Aya Hataryi se responsabiliza de visitar a las huertas de los productores y hacer control del SPG, como estrategias para garantizar a los consumidores que son alimentos agroecológicos y de buena calidad. Así también, se responsabilizó de gestionar el espacio donde se desarrollaba la feria, espacio dado por el municipio, además, de generar encuentros sociales por medio de escenarios culturales en medio de la feria, también, se encargan de controlar los SPGs y hacerlo visible a los consumidores de la feria, para ello se “programaban las visitas los controles y veedurías en las fincas” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021). Este trabajo de los productores es gracias a las labores familiares de las pequeñas productoras, y el grupo Aya Hataryi se articulan a través de una intermediación justa, que les permite estar apoyando también a las productoras y apoyarles en la gestión que ellas requieren para hacer posible el consumo agroecológico en el sur del DMQ.

Por otro lado, la coordinadora indicó que, al momento de establecer los precios de los alimentos agroecológicos, se hace un cálculo de los costos de producción con los agricultores y se incluyen los costos de transporte y administración, además, verifican los precios del mercado convencional (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021), y lo usan como referente para establecer el precio. Por otra parte, señalan que las productoras se encargaban de comercializar sus productos de manera directa al consumidor, y ellas manejaban su dinero.

El contexto de la pandemia ocasionó el cierre de la feria, y generó algunas divisiones internas con los productores que comercializaban en este espacio, una vez se contaba con el permiso del municipio, se logró seguir con la feria, pero no duró mucho tiempo, y luego el grupo estuvo participando en la feria que se realiza en Iñaquito, cada quince días por un tiempo. Sin embargo, el canal de comercialización se redujo solo a la elaboración y entrega de canastas agroecológicas.

Para esta estrategia de comercialización el grupo social Aya Hatary se encargó de gestionar la apertura de una cuenta bancaria para facilitar el proceso con las productoras, elemento que

implicó asumir costos de 0.50 centavos por las transferencias bancarias, además, se empezó a solicitar un aporte económico a las productoras para lo que se requiera sea logística u otros, pues,

Iban 10 años a la feria y se llevaban todo [la ganancia], pues ellas no aportaban nada para continuar con el proceso, para reconocer a los artistas, quizá fue un error en no enseñarles este tema, donde ellas se beneficiaron por un espacio seguro donde lo tenían seguro y donde asistían alrededor de 500 familias (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021).

En resumen, todos los eventos por los que ha atravesado Frutos de Nuestra Tierra y que hasta la fecha en que se recolectó la información, aún seguía de manera intermitente y sosteniendo el consumo agroecológico a través de las canastas con los altibajos. Se puede considerar que todo el trabajo realizado por este colectivo social puede llevar a la formación de una RAA en la medida que los productores y consumidores puedan ser más partícipes de esta labor.

3.3. Redes de alimentación alternativas

A Continuación, se detallan los estudios de caso, describiendo cada uno de los circuitos cortos o redes de alimentación de acuerdo a sus particularidades, quiénes son los actores, cómo funcionan los canales de comercialización y el tipo de transacciones que emplean para hacer posible el consumo de alimentos saludables.

3.3.1. La Cuchara Orgánica

Con base en las encuestas aplicadas y los lineamientos establecidos en la aproximación teórica se puede señalar que La Cuchara Orgánica, Sur Siendo, Yangoe, Yunta Zambiceña, y UCCOPEM son consideradas RAAs. Por su parte, La Cuchara Orgánica es una iniciativa familiar, es un restaurante vegetariano el cual articula varios escenarios bajo el contexto agroecológico. Tuvo apertura en el 2012, está ubicada en la provincia de Pichincha, en la parroquia de Pomasqui, en un área periurbana y se caracteriza por ser “un centro cultural gastronómico de Quito que impulsa la comida vegetariana” (entrevista a Bella, coordinadora

de La Cuchara Orgánica, Quito, 04 de mayo de 2021), y quienes se han interesado en recolectar

Recetas ancestrales de los pueblos, y promueven que se rescaten semillas, preparaciones, para eso escribieron el libro cocina ecuatoriana vegetariana basada en plantas, con experiencia en cocina, mi hermana en temas de ambiente, mi otra hermana en temas de nutrición (entrevista a Bella, coordinadora de La Cuchara Orgánica, Quito, 04 de mayo de 2021).

Es un espacio diversificado por ende se puede hablar de procesos y no proyectos en este caso, el cual está conformado de la siguiente manera, como feria que se realizaba una vez cada seis meses, un restaurante y una tienda que funcionan todos los días de la semana, y espacios destinados para realizar talleres (artesanías, cocina, entre otros). Todas estas formas de comercialización y formación se encuentran en un mismo punto. La Cuchara orgánica está comprometida con el cuidado del ambiente, a partir de la articulación con “elementos de reciclaje de tela, materiales que no generen la deforestación o que causen daño al medio ambiente” (entrevista a Bella, coordinadora de La Cuchara Orgánica, Quito, 04 de mayo de 2021).

Se considera a La Cuchara Orgánica como una RAA dado que realiza un conjunto de actividades articuladas al consumo responsable. Por una parte, se responsabiliza de garantizar alimentos agroecológicos no solo a los consumidores sino a ellos mismos como familia; por otra parte, apoyan a los productores, como dice Bella: “hemos visitado los lugares de producción para conocer a todas las señoras de la región, y ellas están articuladas con Conquito, quien les formó, [...] y la feria de Carcelén tienen su sistema participativo” (entrevista a Bella, coordinadora de La Cuchara Orgánica, Quito, 04 de mayo de 2021).

Otra arista de este emprendimiento familiar está en los “talleres presenciales que realizábamos, pero con la pandemia se hacen virtuales [...] con temas relacionados sobre cocina ecuatoriana y contemporánea, sin embargo, todo este año ha sido muy provechoso porque han llegado a miles de personas con nuestras recetas” (entrevista a Bella, coordinadora de La Cuchara Orgánica, Quito, 04 de mayo de 2021).

Dado el contexto de la pandemia, emerge la elaboración de canastas como nueva manera de comercializar productos agroecológicos que provienen de los productores quienes proveen a La Cuchara Orgánica, además, ha conllevado el “adaptarse a hacer entregas a domicilio y de crear estrategias de empaques, costear los productos porque se requiere hacer elaborados, aliarte con más productores, llegar a tu nicho vegetariano/vegano ha sido un reto, el apuro en lograr una venta virtual” (entrevista a Bella, coordinadora de La Cuchara Orgánica, Quito, 04 de mayo de 2021).

Ahora en relación a las transacciones, de acuerdo con la coordinadora de esta iniciativa, se reflejó un intercambio monetario para la compra de los productos. Además, la Cuchara Orgánica provee del espacio de su casa que es empleado para la feria agroecológica que se realiza los viernes, donde acuden algunas productoras, si no alcanzan a vender sus productos, el restaurante les compra para utilizarlos y de esa manera apoyar a las productoras.

3.3.2. Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas Cochasquí Pedro Moncayo, UCOPEM

Otra RAA es La Unión de Organizaciones Cochasqui Pedro Moncayo -UCCOPEM-, se encuentra ubicada en Pedro Moncayo, creada en el año 1984 sin ánimo de lucro y está orientada al cuidado del medio ambiente, y a fortalecer tanto el área cultural, la producción, como la comercialización de los alimentos agroecológicos. El grupo de producción agroecológica es un sub-grupo de la organización y la coordinadora menciona que la razón de ser de la feria consiste en “luchar por tierras, para mantenernos más organizados y que de alguna manera tengan soporte y para buscar apoyo para las bases” (entrevista a María, coordinadora de UCCOPEM, Quito, 13 de mayo de 2021).

Los productores agroecológicos de UCCOPEM permiten las visitas a las huertas y cuentan con SPG, que es coordinado por la ONG SEDAL que apoya a los productores de esta red, además de contar con el soporte de una mesa del consejo de productores cantonal de Pedro Moncayo, como estrategia para garantizar a los consumidores la calidad de sus productos. Es

un trabajo mancomunado de los productores y la organización de diferentes actores como ONGs, el municipio y universidades quienes apoyan esta labor (Entrevista a María, coordinadora de UCCOPEM, Quito, 13 de mayo de 2021)

Por otra parte, en este espacio de la feria se produce el intercambio de alimentos en calidad de “trueque, pambamesa, establecen un día específico y se comparten los alimentos, las frutas, todos colaboraban” y para la fijación de los precios “se toma la referencia de los precios del mercado [...], el proceso de producción y los costos de transporte” y así se disponen para ofertar a los consumidores (entrevista a María, coordinadora de UCCOPEM, Quito, 13 de mayo de 2021),

Finalmente, el contexto de la pandemia ha provocado cambios no solo en los canales de comercialización, pues, antes de la pandemia “entregábamos canastas a Quito y esos lugares cerraron por el confinamiento se fueron de quiebra y nosotros nos quedamos sin ese canal de comercialización” (entrevista a María, coordinadora de UCCOPEM, Quito, 13 de mayo de 2021), otro impacto negativo fue dejar inconclusa la agenda para capacitaciones dada las restricciones del COE Nacional.

Un impacto positivo fue que tras el cierre del mercado municipal los consumidores empezaron a comprar los alimentos más saludables, dado que, la feria nunca cerró. Inclusive, al mismo tiempo han empezado a realizar “ventas a otros sectores para gente que ha hecho pedido de canastas [...] y dadas las distancias se consideraba el costo del transporte” (entrevista a María, coordinadora de UCCOPEM, Quito, 13 de mayo de 2021), dado que, no era a nivel local (fue solo por un tiempo), mientras que los precios de los alimentos a nivel local sí se han mantenido.

3.3.3. Yangoe Un Abrazo a la Vida

Esta RAA se creó en el 2006 entre varias familias de productores, actualmente su feria está ubicada en la Avenida General Enríquez, en el centro comercial River Mall en el subsuelo 2, de la provincia de Pichincha, cantón Rumiñahui y parroquia Sangolqui y en el sector del

Itchimbía, Quito como lugares de comercialización. Su objetivo es “visibilizar el trabajo campesino con un comercio justo, con la finalidad de ser más atractivos a los consumidores, la idea fue incluir muchos productores y ampliar el portafolio de productos a los clientes” (entrevista a David, Coordinador de Yangoe, Quito, 14 de mayo de 2021).

La organización está constituida por un grupo de 12 familias productoras organizadas quienes asumen la responsabilidad de vender en las ferias, organizar las carpas y la logística del espacio. Estas familias están contempladas como una “red de varios productores para tener una amplia gama de productos para los clientes” (entrevista a David, Coordinador de Yangoe, Quito, 14 de mayo de 2021). En este sentido, “todas las personas de Yangoe somos productores [...], tenemos que vivir de la producción de nuestros campos, tenemos que ser campesinos y que el principal ingreso sea del campo, porque de eso se trata para que este trabajo del campo crezca más” (entrevista a David, Coordinador de Yangoe, Quito, 14 de mayo de 2021).

En cuanto a los consumidores, Yangoe cuenta con diferentes opciones para garantizar a sus 200 familias de consumidores alimentos agroecológicos, por medio de certificado del municipio de Rumiñahui, por las capacitaciones que reciben de acuerdo al plan de desarrollo del municipio, y por las visitas a las áreas de producción para conocer sus prácticas de producción.

En estas prácticas de producción, el intercambio de los productos agroecológicos responde a un valor comercial, y solo entre asociados hacen trueque (entrevista a David, Coordinador de Yangoe, Quito, 14 de mayo de 2021). Además, el coordinador de la feria indica que ellos como productores se han organizado de tal manera que les permite apoyarse económicamente para la “impulsación de nuevos productos [...] tiene que sacar tres productos nuevos cada trimestre, eso pues, lo hacemos con un acompañamiento y asesoría” (entrevista a David, Coordinador de Yangoe, Quito, 14 de mayo de 2021).

Este trabajo en conjunto, les ha permitido que los precios sean fijados por ellos como red de productores, tomando como referencia los puntos de comercialización no agroecológica que se encuentran en el área próxima a las ferias, de esta manera, ellos como red de agricultores analizan los “costos de producción para la mano de obra, de logística y de transporte para que lleguen a los puntos de venta” (entrevista a David, Coordinador de Yangoe, Quito, 14 de mayo de 2021).

Para ello contabilizan los costos de la producción, por ejemplo, “cuánto gastamos en semilla, en tiempo, en preparar, lavar, costo de la producción, costo de la preparación para alistar el producto” (entrevista a David, Coordinador de Yangoe, Quito, 14 de mayo de 2021). En función de esto, establecen un “precio fijo todo el año de los productos, no se sube ni se baja, no responde a la oferta y demanda, es el mismo precio desde hace 4 años” (entrevista a David, Coordinador de Yangoe, Quito, 14 de mayo de 2021).

3.3.4. Yunta Zambiceña

La Feria Agroecológica de la organización Yunta Zambiceña está ubicada en la provincia de Pichincha, cantón de Quito, parroquia de Zámiza, de la comuna Cocotog entre las calles Guayaquil y Sucre, específicamente en el Santuario Católico de San Miguel de Zámiza. Esta feria inició en septiembre de 2020 en medio de la pandemia a partir de un “grupo de profesionales agrónomos de Zámiza para apoyar a las compañeras productoras” (entrevista a José, coordinador de Yunta Zambiceña, Quito, 09 de mayo de 2021) de la zona, dado que, se dedicaban a comercializar alimentos agroecológicos articuladas al proyecto Conquito, pero, “en marzo por la pandemia se quedaron sin ese espacio de venta” (entrevista a José, coordinador de Yunta Zambiceña, Quito, 09 de mayo de 2021).

El grupo está conformado por 8 agrónomos y 18 productoras que se organizaron en el mes de agosto del 2020, con el propósito de no “depender de las entidades públicas sino de nosotros” [...] “proyecto que funciona con cero apoyos de instituciones, esto se levantó con el esfuerzo del grupo de agrónomos y con el esfuerzo de las productoras” (entrevista a José, coordinador de Yunta Zambiceña, Quito, 09 de mayo de 2021) el cual busca

Uno, apoyar a las mujeres de alimentos agroecológicos de manera que puedan ofertar sus alimentos sin tener que salir de la parroquia; dos, buscar espacios para poder ofertar y estructurar la feria; tres, alimentación sana en época pandemia; y, cuatro, generar recursos económicos para las familias que les permita mantenerse activas (entrevista a José, coordinador de Yunta Zambiceña, Quito, 09 de mayo de 2021).

La pandemia ha sido un escenario positivo porque se ha convertido en un eje clave para fomentar el consumo más saludable en la zona, en palabras del coordinador, “ha sido una oportunidad porque nos organizamos como feria” (entrevista a José, coordinador de Yunta Zambiceña, Quito, 09 de mayo de 2021), y también se debe a que, los productores estaban articulados a Conquito y con la llegada de la pandemia se desintegraron, siendo esta feria una oportunidad propicia para la articulación entre productores y el grupo de agrónomos de la zona.

Este trabajo de crear la feria implicó gestionar el espacio y pedir apoyo de la comunidad, tarea que fue asumida por el grupo de agrónomos, para ello, “hablaron con las autoridades como colegios, policía, parroquial y comprometieron a varias personas para respaldar la feria” (entrevista a José, coordinador de Yunta Zambiceña, Quito, 09 de mayo de 2021). Otra de las responsabilidades, es garantizar a los consumidores que los alimentos son agroecológicos, una ventaja es que los agrónomos son “los veedores, levantamos la información y vamos y certificamos” (entrevista a José, coordinador de Yunta Zambiceña, Quito, 09 de mayo de 2021); así como también, son quienes prestan

Soporte técnico a las productoras en tres componentes: 1) resolver problemas fitosanitarios 2) producir escalonadamente, 3) implementación riego por goteo... y 4) mejorar el sistema de comercialización a través de la educación y la salud (entrevista a José, coordinador de Yunta Zambiceña, Quito, 09 de mayo de 2021).

Es un espacio donde convergen los consumidores, y de acuerdo a la respuesta sobre el número de consumidores que asisten a la feria de la encuesta RAAs, sumarían alrededor de 50

familias consumidoras, los cuales son categorizados en tres grupos: 1) los consumidores frecuentes, quienes asisten todos los sábados suman entre 10-15 familias; 2) los consumidores intermitentes, quienes asisten a la feria mínimo una vez al mes, y son alrededor de 10 a 15 familias; y, 3) los consumidores eventuales, quienes van de vez en cuando suman alrededor de unas 20 familias.

Por otro lado, la transacción económica de esta red ha articulado elementos complementarios, como el área cultural, por tanto, cada fin de mes se apoyan de danzas y música para hacer más llamativa la feria. Otro elemento, está en la participación de un proyecto cultural a fin de articular la recuperación del espacio público, crear un museo religioso, pintar murales, a modo de darle una connotación más amplia de lo que es una feria agroecológica para este grupo de productores y agrónomos (entrevista a José, coordinador de Yunta Zambiceña, Quito, 09 de mayo de 2021).

Además, esta feria también se ha organizado alrededor de la fijación de los precios, para ello hacen un cálculo de los costos de producción con los agricultores y se incluyen los costos de transporte y de administración, pues ellas comercializan y reciben su dinero de manera directa con el consumidor. En base a conversaciones con el coordinador de Yunta Zambiceña, indicaba que, ellos como grupo de agrónomos se han responsabilizado de la totalidad de las actividades y que su objetivo está en que las productoras sean quienes se hagan cargo de todo lo que contempla la feria en sí (entrevista a José, coordinador de Yunta Zambiceña, Quito, 09 de mayo de 2021).

3.3.5. Feria Agroecológica Madre Tierra

Esta feria es parte de las actividades de la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores y se caracteriza por “exigir una alimentación sana, y construimos para eso circuito corto de comercialización” para el sur de Quito, con la finalidad de permitir el “acceso a alimentos de calidad”, (así como también) “alimentos sanos para la ciudad, y también de generar un fomento a la producción agroecológica campesina (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 03 de

marzo de 2021). Este sistema incluye la articulación campo-ciudad, como eje clave no solo para “generar el consumo responsable a través de promocionar los productos agroecológicos” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 03 de marzo de 2021).

Por tanto, “nos organizamos con la organización de productores agroecológicos de El Buen Vivir en Pedro Moncayo, que fue en noviembre 2016, [...] para establecer la lista de productos y de precios que íbamos a implementar en el circuito corto” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 03 de marzo de 2021). Así que, la cooperativa lo presentó como una propuesta que fuera ejecutable en los barrios del sur de Quito, razón por la cual “estuvimos hablando con directivas barriales, con gente pastoral, con grupos de 60 y piquito,¹ con grupos de mujeres, grupos juveniles a quienes le íbamos un poco mostrando los acuerdos que teníamos con los campesinos (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 03 de marzo de 2021).

Este proceso permitió la conformación de “tres grupos de distribución, el de La Mena Dos, el de Solidaridad de Quitumbe y uno que se llama La Reina de Quito” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 3 de marzo de 2021). Cabe resaltar que, la logística de abordar este nuevo compromiso por parte de la cooperativa, como la solicitud de los alimentos por cada barrio, datos que eran enviados a la “Asociación de Pedro Moncayo, mandaba hasta el día miércoles tarde [...] y el viernes y se entregaba” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 03 de marzo de 2021), y de ahí, ellos como cooperativa se encargan de distribuir por cada barrio.

En medio de su trabajo, en el 2017 “asumimos la idea colectiva de legalizarnos como cooperativa” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y

¹ El coordinador de Sur Siendo hacía referencia a grupos con más de 60 personas.

Sabores Sur Siendo, Quito, 3 de marzo de 2021), obteniendo en el 2018 “el documento la Superintendencia de Economía Social, Popular y Solidaria calificaba y reconocía a la cooperativa con los estatutos, una cooperativa de se llama exactamente, Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 03 de marzo de 2021). Finalmente, en el 2018 inauguraron la biotienda.

Dado el contexto actual de la pandemia, estos espacios se redujeron en la feria agroecológica Madre Tierra la cual se desarrolla en el sur de Quito, en la calle De Osorio y Hernán Gmoiner; la biotienda continuó; aunque, emergió la comercialización de canastas agroecológicas a través de las redes, especialmente los contactos por WhatsApp.

Esta feria agroecológica es un trabajo realizado por la cooperativa que ha promovido, por una parte, la participación de productores en la feria cumpliendo con los acuerdos establecidos para llevar sus alimentos y comercializarlos, lo que implica, escenarios para fijar los precios entre los actores. Por otro lado, los miembros de la cooperativa se aseguran en llevar un control como de los SPGs, de gestionar tanto espacios como la realización de actividades culturales (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021). Dentro de estas actividades, se incluyen visitas a “las chacras, fotografía y cosas así para levantar ambientes alimentarios del sur de Quito” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 3 de marzo de 2021). Sin embargo, en “marzo nos cogió pandemia y recién estamos comenzando el proceso de crecimiento” (entrevista a Diego, coordinador de las canastas de Sur Siendo, Quito, 31 de marzo de 2021).

En medio de este proceso, la comercialización de los alimentos agroecológicos está pensada como un ente articulador entre los productores y los consumidores por medio de actividades sociales, un buen ejemplo de ello, es la feria del trueque los días domingos, donde se evidenció un intercambio de alimentos por objetos (ropa, libros, entre otros). En el tiempo de observación en campo por la investigadora de este estudio, evidenció la articulación de la

celebración del Inti Raymi y una pambamesa, intercambio de alimentos, de cultura y de saberes.

Para cerrar, otra de las características de esta Cooperativa radica en establecer acuerdos sobre los precios de los alimentos agroecológicos cada seis meses, donde no existe competencia entre los productores, ni responde a una oferta y demanda como en el mercado convencional. Razones que explican por qué los precios se han conservado ante la pandemia (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021).

Capítulo 4. Transformaciones socioespaciales de los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos

En este capítulo se abordan las transformaciones socioespaciales de ocho casos de estudio de comercialización agroecológica en el Distrito Metropolitano de Quito, articulado al contexto del Covid-19. Información obtenida a partir de la encuesta Ekomer 2017 y la encuesta Ekomer 2021, donde se puntualizan los cambios en términos de espacios de comercialización, modalidades de comercialización y relaciones campo- ciudad (tabla 4.1 y tabla 4.2).

Primero, se presentan dos escenarios de participación 2017 y 2021. Para hacer esta comparación se contó con la apreciación de Marcelo Aizaga responsable de la campaña Que Rico Es que a través de su trabajo de comunicación conoce los sitios de intercambio agroecológico en el país y los documenta en la web de la mencionada campaña. Se dieron las condiciones en el 2017 para que los puntos de comercialización “se pueden incluir en estas guías, (para) que se pueden incluir en estos procesos de difusión de apoyo que se daba” (entrevista a Marcelo, responsable de la Campaña Que Rico Es, Quito 03 de mayo 2021), por esa razón estaban registrados en dicha página. En contraste, el desinterés de la participación de otros puntos de comercialización que no estuvieron en dicho estudio, porque “no fue una comunicación directa” entre la campaña y los coordinadores de las ferias agroecológicas (entrevista a Marcelo, responsable de la Campaña Que Rico Es, Quito 03 de mayo 2021).

Para el 2017, solo dos de estos ocho estudios de caso fueron registrados en la encuesta Ekomer 2017, y los otros seis aparecen registrados ahora en la encuesta del 2021. Se puede observar que, para los puntos de comercialización que estaban en el 2017 y continúan en el 2021 el número de consumidores para ABEC incrementó en un 37%, para La Floresta por su parte decreció en un 27% y se registró un incremento en el número de productores participantes. Sin embargo, no incorporaron actores diferentes a los productores. A diferencia de lo que se detalló en la encuesta para 2021 en la que se evidenciaron cambios en los canales de comercialización de los 6 puntos agroecológicos, por el mismo contexto de la pandemia.

Tabla 4.1. Estudios de caso, 2017 y 2021

Estudios de caso	Variables	Encuesta Ekomer 2017	Antes de pandemia	Encuesta 2021 (Pandemia)	CCC AA	R A A
	para caracterizar RAAs					
Mercado La Floresta	Comercialización	Feria	Feria	Feria	x	
	No. productores	13		>100		
	No. consumidores	150		Aprox. 110		
	Actores	Productores		Productores		
ABEC	Comercialización	Punto de venta	Punto de venta	Punto de venta/Canasta	x	
	No. productores	14 socios	14	14		
	Actores	Productores	Productores	Productores		
La Cuchara Orgánica	Comercialización	No fue encuestada	Feria (semestral), restaurante, cafetería, tienda, espacio de talleres	Restaurante, cafetería, tienda, mercadito, canastas, sitio web		x
	No. productores			28		
	No. consumidores			Aprox. 61		
	Actores		Grupo familiar, productores, artesanos	Grupo familiar, productores, artesanos		
Frutos de Nuestra Tierra	Comercialización	No fue encuestada	Feria (constante)	Feria (itinerante) y canastas		x
	No. productores		144	144		
	No. consumidores		500	150		
	Actores			Grupo Aya Hatariy, productores, colectivo agroecológico, DMQ, Acción Ecológica, Flacso		
UCCOPEM- Unión de Organizaciones Cochasqui	Comercialización	No fue encuestada	1 feria, canasta, sitio web	1 feria		x
	No. productores			80		

Pedro Moncayo	No. consumidores			120			
	Actores			Comunidades, barrios, productores, organizaciones, personas civiles, cooperantes, ONGs			
Yangoe Un Abrazo a la Vida	Comercialización	No fue encuestada	5 ferias, canasta, punto de venta	4 ferias, canasta, punto de venta		x	
	No. productores			12			
	No. consumidores			200			
	Actores			Productores, Yangoe como estructura			
Feria Agroecológica Yunta Zambiceña	Comercialización	No existía	No existía	1 feria		x	
	No. productores			18			
	No. consumidores			Aprox. 50			
	Actores			Productores y grupo de agrónomos			
Feria Agroecológica Madre Tierra	Comercialización	No fue encuestada	4 ferias, biotienda	1 feria, biotienda, canastas		x	
	No. productores			144			144
	No. consumidores			145			>145
	Actores			Consumidores responsables y productores			

Fuente: Elaborado por la autora con base en la Encuesta Ekomer 2017 y Encuesta 2021.

Para el 2021 se articulan redes quienes manifestaron su interés de ser partícipes del proyecto de investigación en el que se enmarca la presente tesis. Tal es el caso de La Feria Agroecológica Madre Tierra con su interés de incentivar el consumo agroecológico especialmente para el Sur de Quito, el coordinador de la campaña Que Rico Es, indicó que, esta Cooperativa desde que viene trabajando con la comercialización agroecológica ha demostrado mucho interés, pues, “nos han pedido bastante información de recetas y del consumo responsable, nos han pedido full full para saber qué aporte podemos nosotros darle

como consumo responsable” (entrevista a Marcelo, Responsable de la Campaña Que Rico ES, Quito 03 de mayo 2021).

Por otro lado, la Feria Agroecológica Yunta Zambiceña tiene una particularidad a diferencia de los demás puntos de comercialización agroecológica, surge a raíz de que los productores fueron impactados negativamente por la pandemia y dejaron de ser parte de Conquito, así que, un grupo de agrónomos del sector de Zámiza se motivaron para conformar una red con dichos productores, donde la pandemia ha sido un escenario positivo para incentivar el consumo responsable en el sector.

Ahora bien, hablar sobre cuáles de estos puntos de comercialización son más RAAs o CCCAA, de acuerdo a la literatura abordada en el marco teórico y lo recogido en las encuestas se tiene que, quienes muestran que el trabajo desde la producción hasta la comercialización es una tarea asumida solo por los productores, aunque se refleja que participan como feria y canastas agroecológicas, pero no han articulado a otros actores para que sean grupo de personas que se apropian del consumo responsable han logrado mantener un CCCAA. Las características apuntan más a las RAAs en la medida que han permitido la articulación de otros actores que no solo son productores interesados en el consumo agroecológico, sino que también se han empezado a sumar consumidores responsables organizados y un grupo de agrónomos.

Para cerrar este apartado, se puede mencionar que 6 de los 8 estudios de caso analizados son RAAs, en la medida que se ha evidenciado una distribución de responsabilidades. Los productores encargados de la producción reciben respaldo de los actores que se han sumado a esta actividad, quienes hacen veeduría y controles, respondiendo a un alto nivel de cooperación y trabajo en equipo. En este sentido, los consumidores responsables quienes han asumido esta tarea en medio del contexto de pandemia se han visto reflejado por medio del canal de comercialización de las canastas agroecológicas.

Estos procesos de negociación no solo contemplan el intercambio de información, sino que

también, promueve la construcción conjunta de valores alrededor del territorio, donde los diferentes actores se interrelacionan entre sí (Sánchez 2009; Riviera 2019). Evidencia de ello, la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores quienes han consolidado una relación entre productores y consumidores responsables, éstos últimos como tejedores entre el campo y la ciudad, a raíz de la necesidad de consumir alimentos saludables en el sur de Quito. Por esto, se empieza a generar un cambio social desde la compra de alimentos sin intermediarios, el contacto cara a cara con los productores y escuchar experiencias de los pequeños agricultores, y el articularse a posibles de mercado que no responde a oferta y demanda.

Finalmente, la investigación tuvo como hipótesis inicial que los CCCAA en el DMQ que han logrado sostenerse durante las crisis del Covid-19 son aquellos en los cuales los actores y en especial los consumidores se involucran en mayor medida en todo el proceso de distribución de los alimentos, incluida la formación de los precios y, por tanto, la formación de RAA va más allá de la compra directa en CCCAA (Winter 2003; Sánchez 2009; Venn et al. 2006). Por lo tanto, los hallazgos permiten encontrar tres tendencias como se detallan en este capítulo. La primera, el covid-19 implicó el cierre de La Cuchara Orgánica, de Sur Siendo y de Frutos de Nuestra Tierra ubicados en el área urbana del DMQ, donde las restricciones sanitarias estuvieron muy marcadas a la no movilización de personas. Por varios meses con la suspensión de actividades, estas RAAs empiezan a adaptarse a nuevas dinámicas que permitieran la comercialización de los alimentos agroecológicos. Es así como las canastas agroecológicas se convierten en ese nuevo canal de comercialización respetando las políticas del país, con un limitado aforo.

Actualmente, Sur Siendo tuvo que adaptarse a tener solo un espacio donde realizan feria agroecológica, otro es la biotienda y se promovieron las canastas agroecológicas. La reactivación se manifiesta gracias al esfuerzo que los consumidores responsables han ido conduciendo a una nueva forma de organización del territorio, por ejemplo, a partir de este último canal de comercialización.

Para el caso de Frutos de Nuestra Tierra sobrellevó muchos cambios positivos como también negativos. La adaptación a las condiciones por el covid-19 se vio reflejado a partir de la implementación de las canastas agroecológicas como motor de producción para las agricultoras como para los consumidores. Así que el grupo Aya Hatariy se mantuvo firme tras el trabajo que ya se había consolidado años atrás, y que no se esfumara, dado el compromiso del consumo saludable lo que implicó implementar un sistema de pago a través de transferencias bancarias. Ahora, dentro de los aspectos negativos, perdieron el lugar de la feria, y quedaron como feria itinerante (que no duró mucho tiempo); también implicó desintegración entre las productoras.

Para el caso de La Cuchara Orgánica los aspectos negativos estuvieron asociados con la suspensión de actividades en el restaurante/café y otras, y los aspectos positivos se empezaron a reflejar en la medida que lograron volver a reactivarse, pero con un menor aforo al tradicional, y siguieron con la articulación con los diferentes productores para continuar con esta dinámica de consumo responsable, incluso potencializándose por medio de las redes sociales.

La segunda tendencia mostró un panorama muy distinto al descrito en los párrafos anteriores. Si bien, Yunta Zámbez emerged after the pandemic scenario, strengthened by women producers who worked together with the group of agronomists. Articulation of actors that made possible the commercialization of the foods through the agroecological fair in Zámbez.

La tercera tendencia, permitió ver un escenario de RAAs que nunca dejaron de funcionar dada la restricción sanitaria. Los productores que integran a Yangoe y los que están articulados a la feria de UCCOPEM continuaron con su labor. Sin embargo, ambas tuvieron que suspender la comercialización en la ciudad Quito, dado que no se lograba salir por las mismas restricciones sanitarias dadas por el país. Cosa que no implicó dejar de producir y vender en sus zonas.

En estos puntos de comercialización se ha evidenciado cambios que están asociados con las dinámicas de la pandemia, afectando los espacios físicos, horarios y días de atención, así como también, la reducción de aforo tanto de consumidores como de productores en el espacio físico. Con base a la información recolectada de los ocho estudios de caso, se pueden diferenciar los CCCAA de las RAAs.

El primero, señala que los productores continúan siendo quienes asumen el 100% de las responsabilidades del consumo agroecológico producción, transporte, distribución y gestión de espacios, emprendidos desde un grupo de productores organizados, y la relación productor-consumidor está basada en una transferencia económica. El segundo, por su parte muestra un escenario de consumo agroecológico que se fortalece a través de la conexión entre productores y consumidores responsables, y son capaces de reaccionar ante situaciones como una pandemia.

4.1. Transformaciones socioespaciales de los ocho canales de comercialización

El análisis de las transformaciones sobre los ocho puntos de comercialización de alimentos agroecológicos fue representado mediante los coremas. Se trató de una representación simbólica para dos momentos 2017 y 2021, articulando varios elementos como se detallan en la (tabla 4.2). Sumado a esto, en medio de la narrativa se resaltarán elementos que han provocado cambios en lo económico, lo social y lo espacial.

Tabla 4.2. Leyenda general de los coremas

Símbolo	Definición
	Es la ubicación simbólica de las áreas productivas.
	Son todos los actores que participan en que el consumo de alimentos agroecológicos sea posible.
	Se refiere a los consumidores responsables, es decir, quienes han asumido un rol que va más allá del consumo, se articulan en el proceso y adquieren compromisos y participan en la toma de decisiones.
	Alude al número de consumidores en una feria.
	Alude al número de consumidores en una biotienda.
	Alude al número de consumidores de una tienda.
	Alude al número de consumidores del mercadito.
	Alude a consumidores de las canastas agroecológicas.
	Esta mancha permite resaltar a los consumidores de los diferentes canales de comercialización, de modo que, los flujos toquen esta mancha y sea más limpia la representación.
	Se refiere a los lugares de producción donde se hacían/hacen visitas. Son los puntos de encuentro para dar a conocer las prácticas productivas de los consumidores.
	Se refiere a las actividades culturales que se hacían/hacen en el marco de la alimentación agroecológica.
	Se refiere al contexto de la pandemia.
	Se refiere a los flujos de comercialización existentes, el grosor de la flecha indica mayor flujo de comercialización, y entre más delgada la flecha, dado que ha disminuido la comercialización, sea por menor número de consumidores.
	Se refiere a los nuevos canales de comercialización*.
	Se refiere a la existencia de la relación directa entre los productores y los consumidores, el cara a cara, el circuito corto*.
	Se refiere a la relación que existe entre los pequeños agricultores con los consumidores responsables que han asumido más responsabilidades en el proceso.
	Se refiere a la relación que existe entre los consumidores y los consumidores responsables.

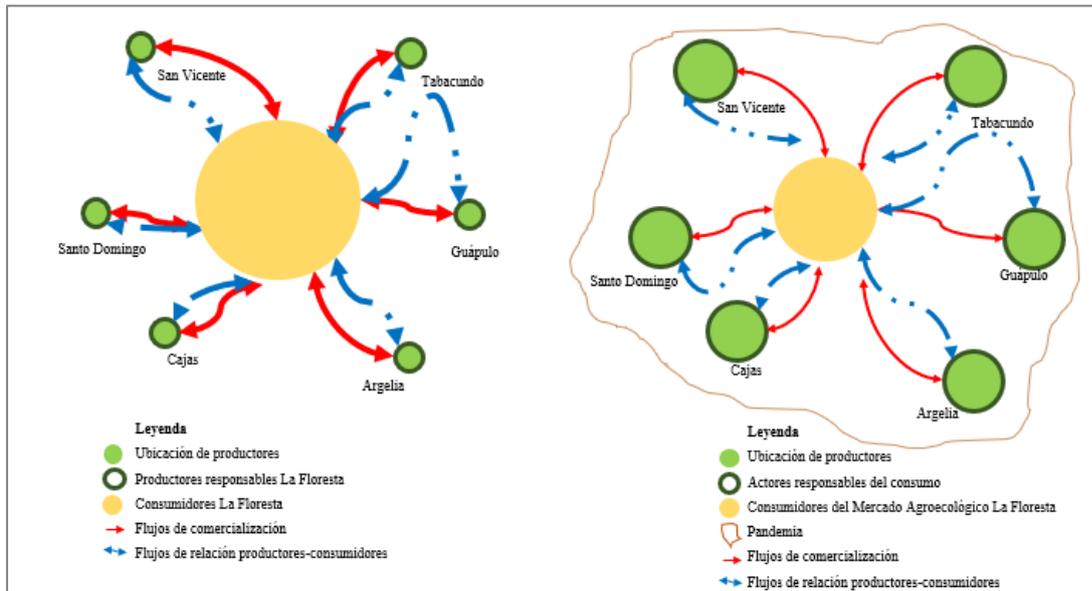
Fuente: Elaborado por la autora.

4.1.1. Mercado La Floresta

A raíz de la pandemia las transformaciones del Mercado La Floresta estuvieron asociados más al ámbito social y económico. Los horarios de atención disminuyeron, atendiendo un solo día entre semana, y el número de consumidores de estos alimentos descendió a partir del contexto sanitario que provocó desempleo. Otro cambio relevante, fue la disminución del volumen de

los productos que los caseritos solían llevar a sus hogares (entrevista a Elvira, coordinadora del Mercado Agroecológico La Floresta, Quito, 03 de mayo de 2021) situación que afectó los flujos de comercialización, tal como se detalla en la (fig. 4.1).

Figura 4.1. Mercado La Floresta antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha)



Fuente: Elaborado por la autora a partir de la Encuesta Ekomer (2021).

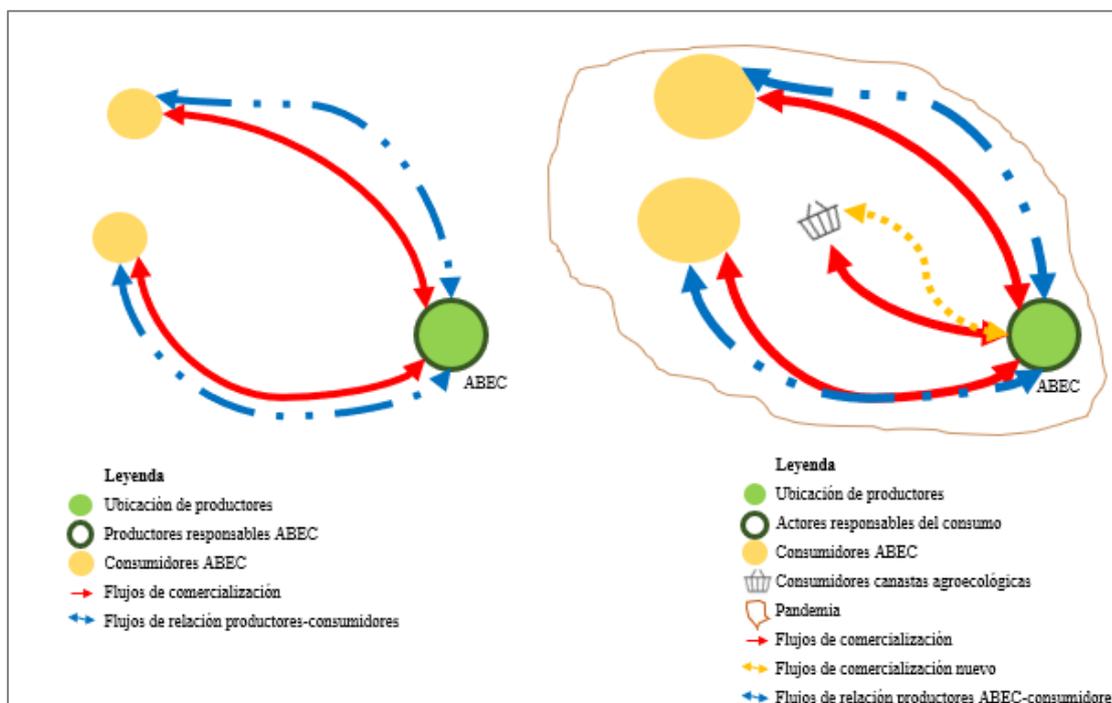
No obstante, en este contexto pandémico se integraron más productores de huertos como se aprecia en la (fig. 4.1), además, cuando se empezó a vivenciar más flexibilidad por parte del Estado, se empieza a dar nuevamente una apertura de atención en el mercado, de lunes a viernes. Aunque se haya ampliado el horario, esto no se traduce en ventas, así lo afirmó la coordinadora del Mercado. Pues, se quedan con muchos productos que deben llevarse de nuevo para sus casas, por lo tanto, hacen intercambio entre los mismos productores (entrevista a Elvira, coordinadora del Mercado Agroecológico La Floresta, Quito, 03 de mayo de 2021).

4.1.2. Alimentos Buenos en Casa- ABEC

En términos sociales y económicos se puede observar que, ABEC en un antes y un después con la pandemia, ha sumado mayor número de consumidores en las ferias agroecológicas, que

luego dieron apertura a un nuevo canal de comercialización a partir de las canastas, conservando la relación entre productor-consumidor, por este motivo las flechas rojas y azules responden a un mayor grosor, y un mayor tamaño en la representación del número de consumidores, como se detalla en la (fig. 4.2). Para esta actividad ABEC contrató un transporte para el recorrido y los gastos se distribuyen, así fue expresado “pagamos la carrera, dividimos entre todos el porcentaje de ventas para no herir a nadie; el que vende más pone más, el que vende menos pone menos” (entrevista a Margarita, coordinadora de ABEC, Quito, 13 de mayo de 2021).

Figura 4.2. ABEC antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha)



Fuente: Elaborado por la autora a partir de la Encuesta Ekomer (2021).

4.1.4. La Cuchara Orgánica

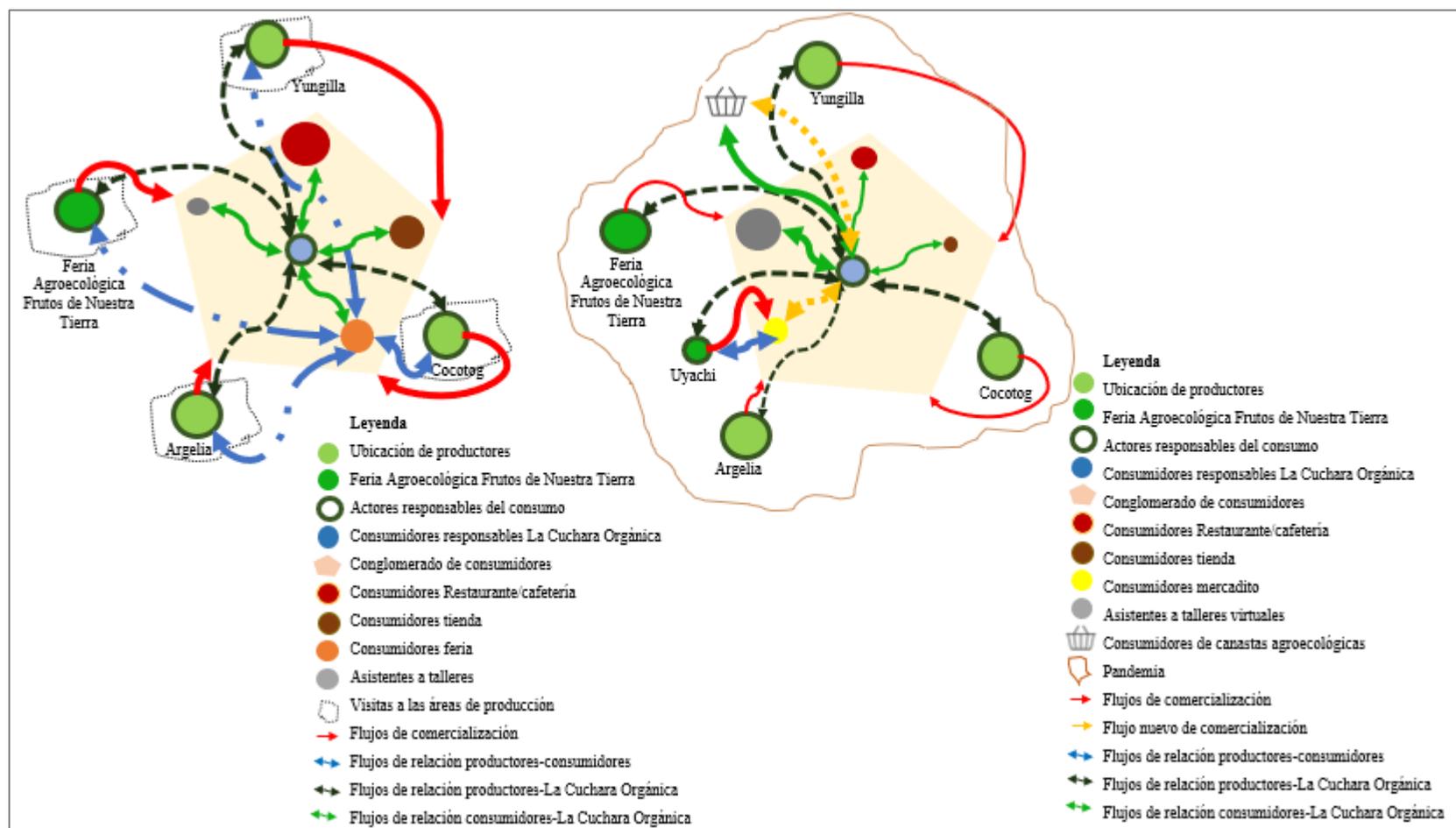
En términos sociales, los cambios estuvieron asociados en una disminución de consumidores en el restaurante/cafetería por temas de aforo, si bien, antes de pandemia La Cuchara Orgánica atendía a una capacidad de 45 personas, número que se redujo a 15-20 consumidores dadas las mismas restricciones por la emergencia sanitaria. Sumado a ello, dieron cierre a la feria y a los talleres presenciales, los cuales fueron reemplazados por un

mercadito que se realiza los días viernes con 3 a 4 productoras de Uyachi (son de la misma zona), en el antejardín de la casa que configura el restaurante, siendo un nuevo flujo de comercialización, y donde la relación productor-consumidor se hace evidente, como se puede detallar en la (fig. 4.3).

Cabe mencionar que, los impactos manifestados sobre el restaurante/cafetería, la tienda, y el cierre de la feria que se realizaba esporádicamente, ocasionó que los flujos de comercialización y de relación se vieran limitados dada la disminución de consumidores. Sin embargo, se destaca una gran acogida por medio de los talleres virtuales, relacionados con la alimentación saludable y cuidado con el ambiente. Dicha acogida a permitido que el flujo de relación entre estos participantes y La Cuchara Orgánica se vea muy fortalecido por medio de este brazo de comercialización.

Otro brazo que emerge bajo este contexto de pandemia, son las canastas agroecológicas elaboradas por el mismo grupo familiar de La Cuchara Orgánica, abarcando a 10 familias semanales. En este flujo la relación está dada por los consumidores de las canastas y los actores de La Cuchara Orgánica, que previamente, ellos ya se habían relacionado con los productores para recoger los insumos necesarios para las canastas.

Figura 4.3. La Cuchara Orgánica antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha)



Fuente: Elaborado por la autora a partir de la Encuesta Ekomer (2021).

4.1.5. Feria Agroecológica Frutos de Nuestra Tierra

En términos socioespaciales, ha sido todo un desafío para quienes conforman la Feria Frutos de Nuestra Tierra, pues se vio obligada a cerrar el espacio donde se realizaba la feria con una participación de 500 consumidores. Si bien, se trataba de una feria que se desarrollaba con normalidad cada ocho días, pasó a convertirse en “una feria itinerante, si nos invitan a una feria hablamos con las compañeras (productoras) para ver si pueden, la que hacen en Iñaquito, se invitan de tres a cuatro productoras, es un espacio pequeño” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021), con una menor participación de consumidores, como se puede detallar en la (fig. 4.4).

Ampliando en detalle, esta feria itinerante está ubicada sobre “una vía que no tiene mucho movimiento” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021) de flujo de personas, y ha sido una actividad que se ha venido desarrollando “cada quince días en Iñaquito, [...] de ahí no se pudo hacer acompañamiento con todos los compañeros, y la mitad de ellos se fueron a los mercados, esto generó una división” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021) entre las productoras y Aya Hatariy.

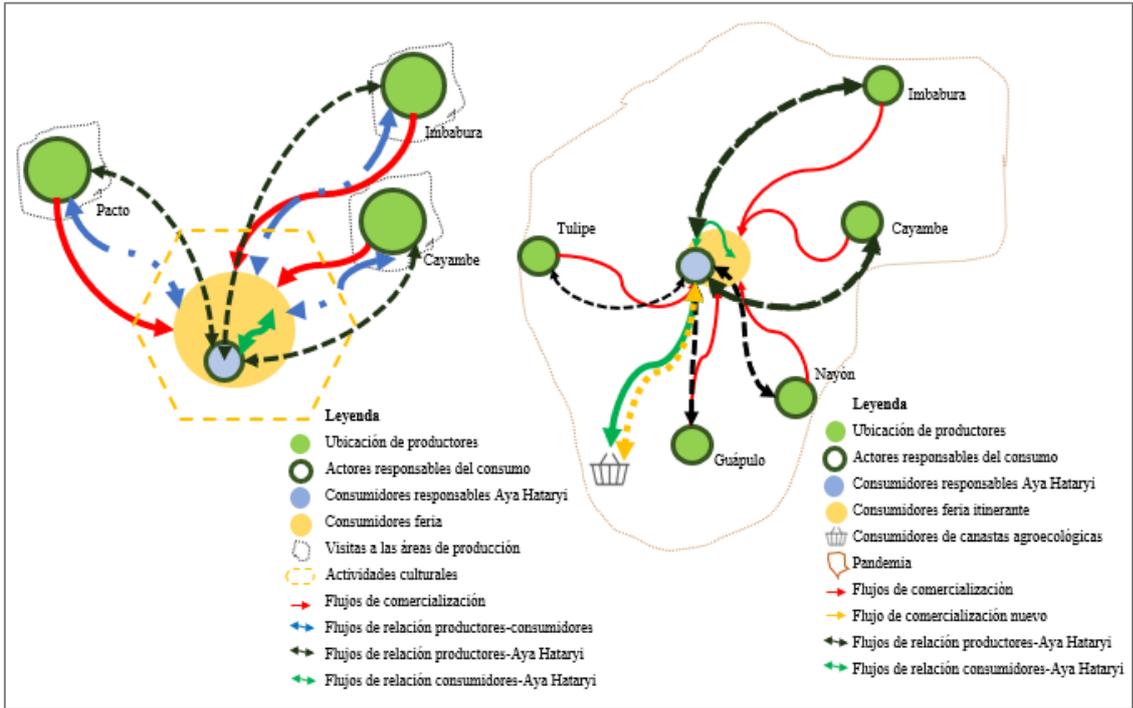
En vista de que su flujo de comercialización se vio impactado negativamente por el mismo cierre, el grupo Aya Hatariy gestionó el espacio de la Casa Somos Quito, a fin de comercializar los productos bajo la modalidad de canastas agroecológicas, dicho espacio “es un aula que nos podían prestar para armar las canastas y que no podían autorizar la aglomeración por las medidas del COE” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021).

Escenario que se tornó como un desafío, pues, “las compañeras no sabían de las canastas y debían homogenizar el peso, el detalle” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021), donde Aya Hatariy se asumió esta una tarea, la cual consistió en un proceso de orden administrativo, en “generar áreas de acompañamiento de facturación, les tocó adaptarse para cumplir la norma, los clientes pedían facturas de la

compra de las canastas, entonces, Aya Hatariy tenía que resolver eso” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021). Esto implicó “manejar el tema contable, las transferencias, tú compras y ya le transfieres a una cuenta que nosotros organizamos” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021).

Proceso que implicó la participación de nuevos productores, fue impactado el flujo de relaciones entre productores y consumidores y los flujos de comercialización empiezan a tomar forma en la medida que se establecen los acuerdos de confianza y visita a las áreas productivas, así fue expresado por la coordinadora en un tiempo de conversación (por eso cambios en el grosor de las flechas). Sumado a ello, los flujos de relación entre los productores y Aya Hatariy si bien Imbabura y Cayambe se fortalecen, puesto que, atravesaron la pandemia y continúan firmes, y estuvo quienes decidieron no seguir haciendo parte de este trabajo colectivo como Pacto, tal como se detalla en la (fig. 4.4).

Figura 4.4. Feria Agroecológica Frutos de Nuestra Tierra antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha)



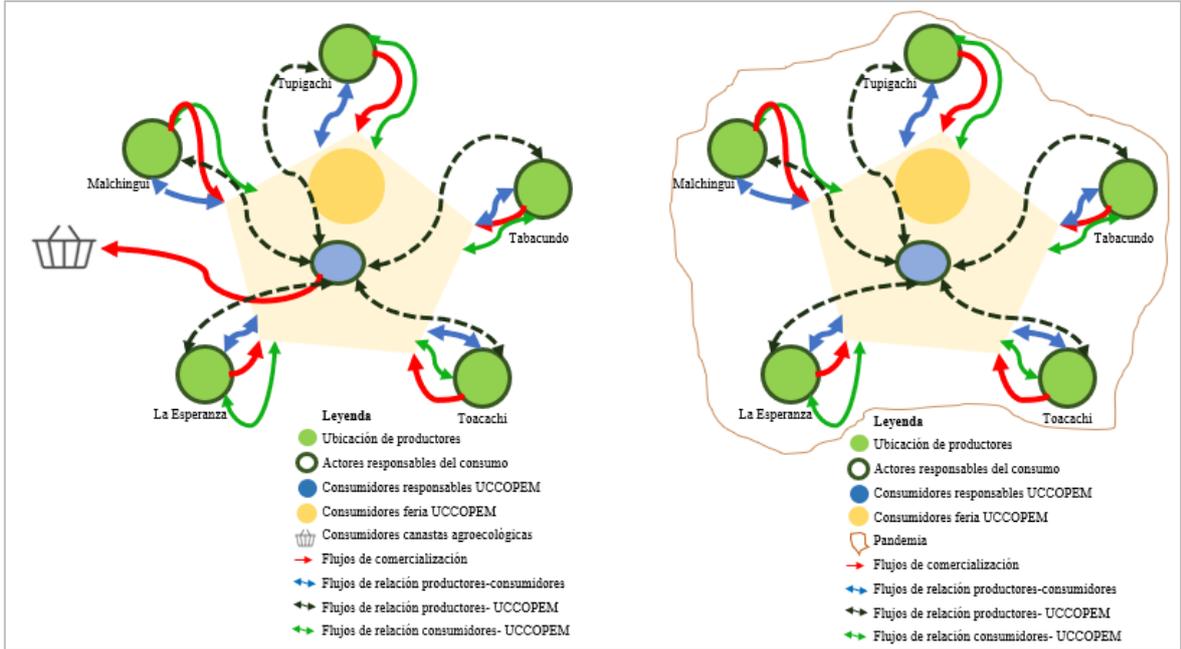
Fuente: Elaborado por la autora a partir de la Encuesta Ekomer (2021).

Otro cambio fueron las actividades culturales que se realizan en torno al consumo de alimentos agroecológicos que se desarrollaban en el espacio de la feria, así como también, se realizaban visitas a las zonas de producción, pues, dada la pandemia estas actividades se suspendieron.

4.1.6. Unión de Organizaciones Cochasqui Pedro Moncayo, UCCOPEM

Para el caso de UCCOPEM antes de la pandemia los flujos de comercialización consistían en una feria, canastas y sitio web, sin embargo, el panorama cambió dado que, “entregábamos canastas a Quito y esos lugares cerraron por el confinamiento, se fueron de quiebra y nosotros nos quedamos sin ese canal de comercialización” (entrevista a María, coordinadora de UCCOPEM, Quito, 13 de mayo de 2021). Actualmente, los flujos de comercialización y de relaciones se han conservado en el tiempo de pandemia como se observa en la (fig. 4.5).

Figura 4.5. UCCOPEM antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha)



Fuente: Elaborado por la autora a partir de la Encuesta Ekomer (2021).

4.1.7. Yangoe Un Abrazo a la Vida

Yangoe Un Abrazo a la Vida contaba con cinco espacios donde se realizaban las ferias, dado el contexto de emergencia sanitaria tomaron la decisión como red en “reducir el número de ferias y que sea con domicilio y punto de venta el miércoles y sábado” (entrevista a David, Coordinador de Yangoe, Quito, 14 de mayo de 2021), ese fue el cambio que se ocasionó para esta red agroecológica. Dicho cierre impactó en la sobreproducción de los alimentos, pues era ya un punto menos de comercialización, aun así, el coordinador indicó que, el número de consumidores sigue siendo el mismo. Inclusive, una apreciación que se resalta con Yangoe es su expansión geográfica en otras áreas del país, como lo es Cuenca.

4.1.8. Feria Agroecológica Yunta Zambiceña

La Feria Agroecológica Yunta Zambiceña presenta dinámicas socioespaciales muy distintas a las ya mencionadas, pues, la feria emerge gracias a la pandemia, que si bien, provocó el cierre y la desarticulación entre las productoras y la corporación de promoción económica Conquito. Situación que empieza a analizarse como “una oportunidad porque se organizaron como feria [...], fue una oportunidad para integrarse” (entrevista a José, coordinador de Yunta Zambiceña, Quito, 09 de mayo de 2021). Esta iniciativa se manifestó a través de un trabajo compartido entre un grupo de ocho agrónomos y las productoras, a modo de seguir incentivando la producción y el consumo en la zona de Zámiza.

4.1.9. Feria Agroecológica Madre Tierra

En el sur de Quito, la Cooperativa de Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, antes del Covid-19 contaba con cuatro espacios físicos donde ofertaban sus alimentos en calidad de feria y una biotienda, y sus flujos de comercialización eran estables en términos de cantidad de consumidores y de número de encuentros, así como, la variedad de actividades culturales que realizaban tanto en las ferias como en las áreas productivas. De los cuales tres se “han cerrado por el Covid” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 03 de marzo de 2021). Pero gracias al trabajo de la

cooperativa hizo posible la gestión de un nuevo lugar para conservar al menos una feria, y a diferencia del pasado, aquí deben pagar alquiler por el espacio.

Ahora “estamos en un escenario de un cambio total de las condiciones de lo que llaman la nueva normalidad [...] nos planteamos otro escenario, incrementando la tienda online, comenzando la entrega de canastas” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 03 de marzo de 2021). Escenario que se convirtió en todo un desafío para ellos como Cooperativa al asumir esta nueva modalidad de comercialización, porque “nosotros no hacíamos canastas, y ahorita que hay el Covid empezaron a escribir en el WhatsApp, porque teníamos el WhatsApp inactivo, en una semana teníamos 200 canastas” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 03 de marzo de 2021).

Bajo este contexto, las canastas agroecológicas empezaron a configurar en cierta medida las dinámicas del territorio, incidiendo nuevamente en la fijación de los precios, lo que implicó un nuevo flujo de comercialización con buena acogida de parte de los consumidores. Alternativa que rompió con ese flujo que relaciona a los consumidores con los pequeños productores, más bien, pasó a darse una relación directa entre los consumidores y los actores de la cooperativa como organizadores de las canastas, así se pudo detallar en la (fig. 4.6).

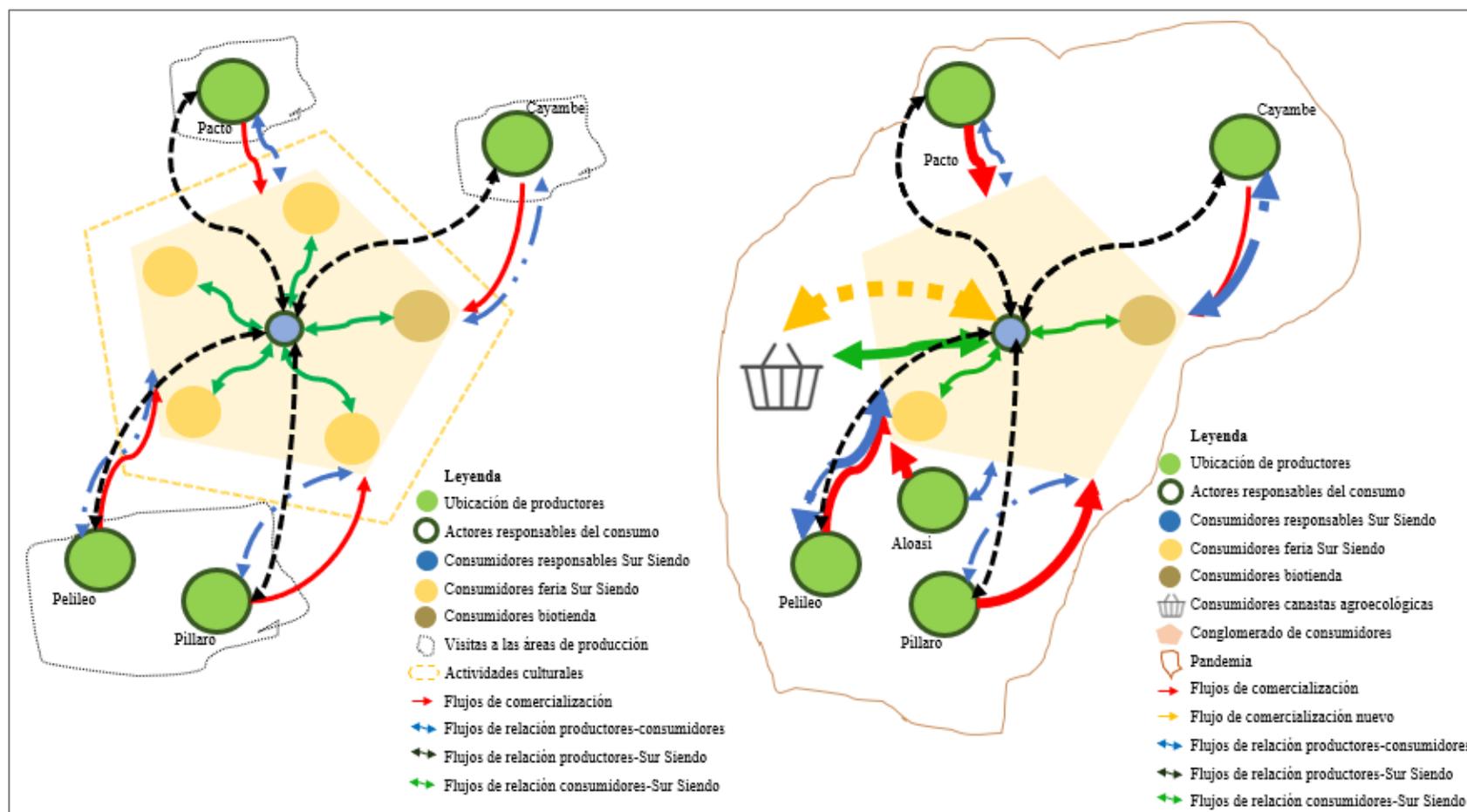
Cabe destacar que, la fijación de los precios es un tema inherente para esta red. Si bien, antes de pandemia ya tenían este acuerdo, tras el contexto sanitario y el nuevo canal de comercialización generó otro acuerdo para el manejo de los precios, dado que, la cooperativa es quien se encarga de toda la logística que implica la entrega de las canastas y en llevar los alimentos en la biotienda; y por ese motivo los productores dan a un menor precio para que se efectúe una ganancia para la cooperativa.

En este proceso se resaltan dos características relacionadas con la manera de pago. Por una parte, la cooperativa realiza el pedido en cada uno de los puestos de los productores en el espacio de la feria, y una vez se termina la jornada, efectúan el pago directo (en físico) a los

productores; y, por otro lado, existe la modalidad de transacción bancaria, pues la cooperativa ha adoptado este medio de pago, en la medida que han ido avanzando con este canal de comercialización, pues, en primera instancia el pago de las canastas debía ser a través del dinero físico, sin embargo, actualmente, ambas modalidades funcionan.

Para cerrar este apartado, la pandemia ha traído consigo una adaptación tanto para los productores, los consumidores y los consumidores responsables para continuar con la dinámica del consumo agroecológico. Si bien, los estudios de caso señalados pueden reflejar que la modalidad que ha permitido emerger en medio de este escenario son las canastas agroecológicas. Canal de comercialización que no implica aforo y cumple con las medidas restrictivas del país para asegurar el bienestar de todos.

Figura 4.6. Feria Madre Tierra antes de pandemia (izquierda) y en pandemia 2021 (derecha)



Fuente: Elaborado por la autora a partir de la Encuesta Ekomer (2021).

Ejemplo de ello, los espacios de comercialización como La Cuchara Orgánica, la Feria Agroecológica Frutos de Nuestra Tierra y Sur Siendo (Madre Tierra), se observa que han articulado otros actores diferentes a los productores en medio del proceso (consumidores responsables).

En este sentido, la tendencia responde a elaboración de canastas agroecológicas, una gran tarea que ha sido posible gracias a la participación de los consumidores responsables: grupo familiar, grupo Aya Hatariy y Cooperativa Sur Siendo, quienes han resuelto problemas del cierre de ferias, de espacios de comercialización, sobre temas de logística, de enseñarles a las productoras las nuevas formas de pago, transferencias, costos de domicilios, facturación, pesaje de los productos, en la participación de acuerdos como la fijación de los precios y en la toma de decisiones.

4.2. Transformaciones en las relaciones campo-ciudad

En base a la información recopilada de los ocho casos de estudio, se pudo identificar tres tendencias en medio de esta dualidad campo-ciudad como se detallan en la (tabla 4.3). La primera tendencia está asociada con la relación consumidor-productor. Es evidente que, en los ocho casos de estudio a través de las ferias agroecológicas, el mercadito y especialmente las canastas que suministra ABEC y Yangoe, son los mismos productores quienes se toman el tiempo de hacer la entrega a los consumidores. Esta forma de organización entre campo-ciudad integra aspectos como el diálogo e intercambio de saberes donde se responden por medio de experiencias, recetas culinarias, remedios naturales, entre otros.

Tabla 4.3. Transformaciones relacionales de los ocho estudios de caso

CCCAA/RAAs	Modalidad	Consumidor-Productor	Consumidor-Consumidor Responsable	Consumidor Responsable-Productor
ABEC	Feria	x		
	Canasta	x		
Mercado La Floresta	Feria	x		
La Cuchara Orgánica	Restaurante/café		x	x
	Tienda		x	x
	Mercadito	x	x	x
	Canasta		x	x
Frutos de Nuestra Tierra	Feria itinerante	x	x	x
	Canasta		x	x
UCCOPEM	Feria	x	x	x
Yangoe Un Abrazo a la Vida	Feria	x		
	Tienda			
	Canasta	x		
Feria Agroecológica Yunta Zambiceña	Feria	x	x	x
Feria Agroecológica Madre Tierra	Feria	x	x	x
	Biotienda			x
	Canasta		x	x

Fuente: Elaborado por la autora a partir de la Encuesta Ekomer (2021).

La segunda tendencia se centra en la relación consumidor-consumidor responsable. Tras la incertidumbre de la pandemia se evidenció “un incremento tenaz de la demanda de alimentos, frutas, hortalizas, (esto provocó) un cambio en el comportamiento del consumidor” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 03 de marzo de 2021). Por lo tanto, “ya no era una relación directa con los consumidores y las productoras, no tenían que exponerse con la aglomeración” (entrevista a Diana, coordinadora de Frutos de Nuestra Tierra, Quito, 18 de marzo de 2021), y por eso empieza a comercializarse bajo la calidad de canastas a domicilio, facilitando las posibilidades de un consumo saludable para quienes no querían salir de casa, así lo enfatizó una consumidora “empiezo a pedirle porque obviamente por el tema del peligro de salir” (encuesta a consumidora de la feria Madre Tierra, Quito, 21 de marzo de 2021).

Bajo este contexto se pudo observar una nueva configuración relacional, tal es el caso de Sur Siendo en la medida que emprendió con la biotienda y las canastas agroecológicas, aquí la relación está marcada entre los actores de la Cooperativa quienes toman el pedido y hacen la entrega a los consumidores; escenario que no es indistinto a las canastas que ofrece Frutos de Nuestra Tierra; del servicio de restaurante/café, tienda y canastas de parte de La Cuchara Orgánica; y de la tienda de Yangoe, pues, quien está en este espacio es una persona asignada por la red para la atención a los consumidores, pero no necesariamente es un productor.

En esta línea, los consumidores responsables conformados por la Cooperativa de Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, el grupo social Aya Hatariy de la Feria Frutos de Nuestra Tierra y la iniciativa familiar de La Cuchara Orgánica pueden tornarse más bien como intermediarios responsables, en la medida que asumen y garantizan el aprovisionamiento de alimentos agroecológicos a los consumidores por medio del delivery para la entrega de las canastas. Es así como la relación entre consumidor-productor empieza a difuminarse, pues, aunque valoran estos productos, se pierde esa relación directa con los productores, puesto que, se modificó también la dinámica de hacer mercado pasando a ser más desde la comodidad de los consumidores, al dar clic o enviar un mensaje por WhatsApp y así solicitar su pedido, y hacer el pago por medio de transferencia bancaria o en su defecto pagan en efectivo, pero en la puerta de sus hogares.

La tercera tendencia, es la relación consumidora responsable-productor. Bajo este esquema una serie de consumidores responsables se articulan con los productores, los primeros han asumido roles como el gestionar los espacios para llevar a cabo una feria, dar respuesta a situaciones que puedan surgir en el área urbana, modelos administrativos, fijación de precios, veedurías, visitas, control de los SPGs, entre otros. Actividades que se volvieron más centrales para la existencia misma de los espacios de intercambio durante la pandemia. Tal es el caso de Madre Tierra por medio de la cooperativa y sus productores; Frutos de Nuestra Tierra a través del grupo Aya Hatariy y sus productoras; Yunta Zambiceña por el grupo de los ocho agrónomos con las mujeres productoras, UCCOPEM con las diferentes productoras; y, la Cuchara Orgánica que se provee de varios puntos que comercializan o producen agroecológicamente.

Finalmente, el contexto de la pandemia estos puntos de comercialización agroecológica no solo han tenido impactos negativos como lo detalló el comunicador de la campaña Que Rico Es.

Se cerraron ferias, negativo; se restringe el espacio público, negativo, se adaptó; pero las mismas ferias se adaptaron a canastas; los mismos espacios se adaptaron a canastas, positivo, porque dan una respuesta rápida, estos espacios fueron una respuesta rápida frente a las corporaciones [...] el Estado no apoyó, no apoya te cierra las puertas, te condiciona, no son comprendidos estos espacios (entrevista a Marcelo, responsable de la Campaña Que Rico ES, Quito 03 de mayo 2021).

Además, de que se trata de un contexto de salud pública en búsqueda de una alimentación sana, y que desafortunadamente, “no ha habido ninguna difusión de estos espacios que son importantes, más bien han tenido todas las trabas” (entrevista a Marcelo, responsable de la Campaña Que Rico ES, Quito 03 de mayo 2021). La otra cara de la pandemia, ha sido considerada como un factor positivo en la medida que, el interés de estos puntos de comercialización ha permanecido para llevar un consumo más saludable a las familias del DMQ.

Por esa misma razón, han tenido que adaptarse a las condiciones de la pandemia, en términos de espacios, horarios, o el mismo hecho de entrar a fortalecerse a través de las redes sociales y generar estrategias para continuar comercializando. Tal es el caso, de promocionar estos alimentos por medio de canastas agroecológicas, facilitando así el consumo para aquellos que quieren evitar el contagio o porque esta modalidad facilita y ahorra tiempo.

Para cerrar, tanto en los CCCAA y sobre todo en las RAA, la pandemia actúa como un agente que empieza a romper con esa segregación entre lo rural y lo urbano a través de transformar o crear sitios de encuentro o de obtención de alimentos agroecológicos. De acuerdo con algunos testimonios de los consumidores, la pandemia ha actuado como una oportunidad de concientización para una alimentación saludable, generando cambios en los hábitos de los consumidores.

Capítulo 5. Procesos Colectivos de la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores de Alimentos Agroecológicos

En los capítulos anteriores se abordó la distinción entre CCCAA y RAAs, ahora en este apartado el enfoque es la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores, porque existen después de una crisis como la pandemia, así como también se detallan cuáles y en qué consisten los procesos colectivos entre los productores y los actores de esta red.

5.1. Acuerdos entre los Productores y la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores

En este apartado se desarrollarán los diferentes acuerdos que existen entre los actores de la Cooperativa y los productores de la Feria Madre Tierra los cuales se detallan en el (tabla 5.1).

Tabla 5.1. Acuerdos entre la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores y los productores

Los acuerdos existentes entre la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores y los productores que participan de la Feria Madre Tierra
Contar con productores organizados
Cultivar agroecológicamente
Articulación de consumidores responsables -productores
Contar con Sistema Participativo de Garantía -SPG-
Visitas a las áreas de producción
Gestionar la logística en el área urbana
Fijación de los precios de alimentos agroecológicos

Fuente: Entrevistas y conversaciones con los productores, el coordinador de la Feria Agroecológica Madre Tierra y consumidores de la Cooperativa (2021).

5.1.1. Productores organizados

Los productores que están articulados a esta red hacen parte de organizaciones que fomentan la producción agroecológica. Partiendo de ello, un agricultor manifestó hacer parte de “una organización que se llama Allpamanta, que está acá en Cayambe” (entrevista a Silvio, productor de Madre Tierra, Quito, 09 de marzo de 2021), directiva que se encarga de estar al tanto de si

Hace falta un producto, entonces ya nos están llamando la atención porque hay personas indicadas... de sembrar la frutilla y le vemos que le está faltando, entonces, debemos de llamarle la atención a él para decirle ¡bueno! está faltando y si no tiene para completar el cupo tenemos que buscar otro compañero que produzca para poder tener, para poder cumplir con el mercado que todos tenemos, porque eso es el servicio que queremos darle al cliente y que no se vayan por otro lado (entrevista a Silvio, productor de Madre Tierra, Quito, 09 de marzo de 2021).

De la misma manera, otro agricultor señaló hacer parte de la misma organización mencionada anteriormente, la cual funciona en la medida que “todos nos apoyamos, o sea, estamos haciendo los abonos, todo lo que sean los biol, todo eso hacemos en grupos” (entrevista a Marlene, productora de Madre Tierra, Quito 13 de marzo de 2021). Por otra parte, la agricultora indicó ser parte de la organización “Sabiduría Pillareña” (entrevista a Marta, productora de Madre Tierra, Quito, 13 de marzo de 2021), y se reúnen en Píllaro para darse apoyo entre ellos mismos como un grupo de agricultores, así, por ejemplo, “todos tenemos que seguir trabajando, que tenemos que seguir sembrando, ir surtiendo los productos para que no nos falte” (entrevista a Marta, productora de Madre Tierra, Quito, 13 de marzo de 2021).

Otro grupo está conformado por la “Asociación Nueva Semilla” y mencionó, “somos productoras, somos de Píllaro [...] al menos acá estamos solo cinco compañeros de la misma organización” [...] “en donde cualquier cosa nos reunimos, hacemos sesiones”, y que “nosotros directamente ofrecemos al consumidor directamente de productor al consumidor” (entrevista a Marta, productora de Madre Tierra, Quito, 13 de marzo de 2021).

Además, otra agricultura expresó que hace parte de la Asociación Agropecuaria Aloasí de la parroquia de Aloasí del cantón Mejía, está conformada por personas quienes realizan

Diferentes artes porque hay carpinteros, hay gastrónomos, hay productores de la tierra, comerciantes y también nosotros aparte trabajamos con el centro de salud Aloasí, capacitamos a las personas vulnerables como adulto mayor, madres solteras, personas con discapacidad o a su vez, a los familiares de las personas con discapacidad y los enfermos crónicos entonces con ellos hemos hecho este proyecto de huertos agroecológicos que lo llevamos 100% agroecológicos, trabajamos con ellos en un espacio de 900 metros que nos presta el centro de salud y prácticamente la asociación apoya a este grupo operario (entrevista a Rosario, productora de Madre Tierra, Quito, 16 de marzo de 2021).

Cabe mencionar que, estos procesos productivos no cuentan con un respaldo para asumir tanto riesgos y costos desde la producción, distribución y comercialización de los alimentos agroecológicos. Desde el punto de vista del coordinador de la Cooperativa “no lo hemos dimensionado, no sé si eso ha pasado, decir no hemos dimensionado eso, pero claro el tema de los riesgos es interesante” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021), y desde la mirada de algunos agricultores la respuesta fue “nadie, nosotros” [...] “claro, porque nadie nos recupera o nos paga de lo que hemos perdido, qué nos van a dar” (entrevista a Marlene, productora de Madre Tierra, Quito 13 de marzo de 2021).

Sin embargo, existen convenios con una aseguradora privada para proteger los cultivos ante cualquier evento climático, como caso excepcional de una de las productoras de la organización de Aloasí, “nosotros hemos asegurado media hectárea de choclo cuesta \$40, y se paga una sola vez en la cosecha” (entrevista a Rosario, productora de Madre Tierra, Quito, 16 de marzo de 2021), dicho seguro permite que les cubra el 100% de la pérdida, como por ejemplo “si cayó la helada de acuerdo a las facturas que nosotros tengamos nos dan el 100% [...] nos vuelven a dar para que volvamos a sembrar (entrevista a Rosario, productora de Madre Tierra, Quito, 16 de marzo de 2021). Mientras que, el resto de los agricultores deben asumir y buscar la manera para seguir produciendo pese a pérdidas que puedan acarrear.

5.1.2. Cultivar agroecológicamente

La cooperativa se ha organizado junto con los productores de manera que, éstos últimos deben comprometerse en suministrar alimentos libres de tóxicos a la Feria Madre Tierra, que a su vez abastecen tanto a las canastas como a la biotienda, tal como lo expresó quien coordina la entrega de las canastas agroecológicas, pues el compromiso de

Los compañeros productores es el de traer producto fresco, sano, de calidad, que esté en base a la tabla de precios fijados, donde ya está incluido una ganancia por venta y por comercialización que lo cobran directamente los compañeros (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021).

5.1.3. Sistema Participativo de Garantías (SPG)

Para ello se ha establecido los SPGs, como mecanismo para garantizar a los consumidores una alimentación agroecológica. De esta manera, las áreas de producción son visitadas “para verificar que el producto sea agroecológico, es como una garantía que nosotros damos a los clientes, porque está controlado por diferentes directivos de aquí de la cooperativa” (entrevista a Rosario, productora de Madre Tierra, Quito, 16 de marzo de 2021).

De esta manera, como lo señaló la productora “nuestros productos son agroecológicos, que ya no son con tóxicos, ni agroquímicos, entonces, eso es el acuerdo que hemos hecho con la cooperativa” (entrevista a Marlene, productora de Madre Tierra, Quito 13 de marzo de 2021), y para verificar se basan en unas tablas del SPG y, “uno de la cooperativa va a analizar, hacemos visitas a las huertas para ver si es que realmente tienen huertas, qué tipo de producción están haciendo, para ir certificando, tenemos una ficha enorme” (entrevista a Dany, consumidor responsable de la Cooperativa Sur Siendo, Quito, 21 de marzo de 2021).

5.1.4. Responsabilidades de la Cooperativa

La cooperativa trabaja en colectivo, eliminando intermediarios, visitando y haciendo veedurías en las áreas de producción, haciéndose responsable de llevar a cabo la logística en el área urbana, así lo expresó el coordinador de las canastas.

Nosotros aquí en el área urbana nos encargamos de ubicar los espacios de comercialización, de generar todo el tema de permisos, adecuación de los espacios, eh, promoción de los espacios, ese es como el compromiso de parte nuestra como cooperativa (entrevista a Diego, coordinador de las canastas de Sur Siendo, Quito, 31 de marzo de 2021).

Ahora bien, dado el contexto de la pandemia del Covid-19 los actores de la cooperativa tuvieron que gestionar un nuevo espacio para la reapertura de la Feria Madre Tierra. Esta actividad ha permitido en cierta medida que se conserve esa relación directa entre productor-consumidor, así lo señaló la agricultora “se siente un poco grato el vender nuestros productos directo al consumidor y de pronto es que somos ayuda para nuestra economía, para nuestra familia” (entrevista a Marlene, productora de Madre Tierra, Quito 13 de marzo de 2021).

Por otra parte, la reapertura de este espacio implicó estimar una cuota económica entre los actores a fin de responder al pago del arriendo de dicho espacio. El coordinador de esta feria subrayó que, “el costo de aquí se paga diario, todos pagamos aquí un diario, entonces, con eso se paga el arriendo de este espacio” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021).

A este argumento, se suma lo que la agricultora expresó, “cada uno vamos pagando cada día de feria para que no nos haga pesado, entonces vamos pagando poco a poco cada día de feria” (entrevista a Marta, productora de Madre Tierra, Quito, 13 de marzo de 2021). Dicho compromiso fue asumido entre la cooperativa y los productores, asumiendo \$10 dólares mensuales, y que la cooperativa “estamos subsidiando el agua” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021).

Cabe resaltar que, los integrantes de la cooperativa se han hecho partícipes en la fijación de los precios de los alimentos. Si bien, en este caso se puede analizar que la fijación de los precios presenta un panorama que va más allá de ver al consumidor como un sujeto económico, dado que, se trata de un “acuerdo tiene que remunerar el trabajo campesino” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021). En este caso, es contemplado como un ser humano que merece un consumo saludable, de calidad y a un precio justo. De esta manera se amplía en qué consiste dicho acuerdo.

5.1.5. Fijación de los precios de alimentos agroecológicos

La articulación entre estos actores, productores y la cooperativa ha permitido llegar a un acuerdo sobre la fijación de los precios de los alimentos agroecológicos, con el objetivo que sean, por un lado, precios accesibles para la población del sur de Quito y, por otra parte, que beneficie a los productores.

En este sentido, la Feria Madre Tierra se basa en “una política de definición de precios, que no responde a oferta y demanda” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021), para ello, un primer momento la cooperativa calculó el “promedio de los precios de las ferias en noviembre del 2016 hicimos eso, pedimos toda la información, en ese tiempo estaba el CIALCO,² los compañeros del CIALCO nos dieron buena información” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021), sobre “cuánto cuesta el tomate riñón en Azuay en las ferias, las ferias de Riobamba, Chimborazo, en las ferias de acá de Pichincha, de Imbabura, y, de esta manera, nos pusimos de acuerdo y [...] ese fue el primer acuerdo” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021).

² Hace referencia a Circuitos Alternativos de Comercialización.

En palabras del coordinador de la cooperativa señaló que este acuerdo fue “definido entre productores y consumidores [...] tiene que remunerar el trabajo campesino y no tiene que excluir del consumo responsable (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021). En esta línea, también se habla del precio justo, de modo que “debe cubrir los costos de producción” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021), además, se fija “cada seis meses, se hacen los cambios es más alrededor de los cultivos, los ciclos y los productores al aceptar dicho acuerdo no pueden subirse y nosotros no podemos decirle vendernos abajo” (entrevista a Roberto, coordinador de la Cooperativa Comercio Justo Redes y Sabores Sur Siendo, Quito, 09 de marzo de 2021).

Por su parte, los y las productores/as afirmaron lo señalado por el coordinador,

Cada seis meses, la reunión aquí con todos los dirigentes de la Cooperativa Sur Siendo, y nos ponemos de acuerdo entre todos los productores, considerando el pasaje, considerando todas las cosas que tenemos que ver para poder ponerle el precio, y así todos tenemos el mismo precio de manera que, que no seamos nosotros mismos competencia (entrevista a Rosario, productora de Madre Tierra, Quito, 16 de marzo de 2021).

Esta fijación de precios es una actividad que se hace no solo para que los productores comercialicen en la Feria Madre Tierra, sino que también, se establecen otros precios para favorecer el consumo a través del canal de comercialización de las canastas agroecológicas y la biotienda. Un agricultor señaló que, “con el ingeniero Roberto, ya nos pusimos de acuerdo, por decir, una manito de dos de deditos yo les doy a ellos en 80 centavitos, porque ellos también van a vender, para cualquier cosa que se ganen” (entrevista a Silvio, productor de Madre Tierra, Quito, 09 de marzo de 2021). Quiere decir que, en este caso del banano, la cooperativa estaría obteniendo 0.20 centavos de dólar por cada dólar de venta para la logística tanto de las canastas agroecológicas como de la biotienda.

Este acuerdo refleja una compra fija de parte de la cooperativa a los productores, y más ahora, en medio de un contexto de pandemia donde ha disminuido en cierta medida el número de consumidores en la feria. De modo que, el canal de comercialización a través de canastas agroecológicas surge para enfrentar esta pandemia, para no interrumpir con el flujo de consumo responsable en este sector del sur de Quito.

La fijación de los precios de los alimentos agroecológico trae beneficios para los diferentes actores. Los productores y las productoras manifestaron que, dicho acuerdo trae mayores ventajas que desventajas. Sus apreciaciones fueron, “la verdad no, no veo que haya desventaja” (entrevista a Marlene, productora de Madre Tierra, Quito 13 de marzo de 2021), porque se trata de una “entrega segura, una entrega fija, esa es la ventaja” (entrevista a Silvio, productor de Madre Tierra, Quito, 09 de marzo de 2021). Es un escenario donde se brinda apoyo para los agricultores, independientemente del precio al que estén los productos en el mercado.

Acuerdos que han fortalecido el tejido social entre los actores participantes, como punto clave para garantizar el consumo responsable en el sur de Quito y permanecer en medio de la pandemia. En ese sentido, la participación de estos actores en medio del proceso de fijación de precios, establece nuevos roles y prácticas que giran alrededor de un canal de comercialización, donde no hay competencia entre los productores, dado que, los precios no son competitivos indistintamente de la información que esté ofreciendo el mercado convencional.

5.2. Análisis comparativo de la fijación de los precios de los alimentos agroecológicos

Para cerrar este bloque, se puede analizar que, las RAAs como los CCCAA pueden emplear las mismas variables para la fijación de los precios de los alimentos agroecológicos como se detallan en la (tabla 5.2), sin embargo, la diferencia está en la medida en que se articulan más actores (grupos sociales, consumidores responsables) en este proceso, y que hacen posible el consumo.

Tabla 5.2. Procesos de fijación de precios de alimentos agroecológicos

Ferias/Iniciativas	Proceso de fijación de precios	Actores en la fijación de precios
Mercado La Floresta	Hacen los cálculos de cuánto se invierte en: abono, mano de obra, la postcosecha y transporte.	Productores
ABEC	El grupo recibió capacitación de la Fundación PROBIO para calcular los precios y los costos de producción.	Grupo familiar
La Cuchara Orgánica	No aplica	No aplica
Frutos de Nuestra Tierra	Se hace un cálculo de los costos de producción con los agricultores y se incluyen los costos de transporte y administración, además, verifican los precios del mercado convencional.	Grupo social Aya Hatariy y productores
UCCOPEM	Se toma la referencia de los precios del mercado, entonces, se hace comparación de los precios.	UCCOPEM y productores
Feria Agroecológica Yunta Zambiceña	Hacen el cálculo de los costos de producción con los agricultores.	Agrónomos y productores
Feria Agroecológica Madre Tierra	Establecen dos precios, uno para la venta de los alimentos para comercializar en la feria; y otro para vender en la biotienda y canastas agroecológicas.	Cooperativa y productores
Yangoe un Abrazo a la Vida	Para fijar los precios de los alimentos toman como referente a puntos de comercialización convencional y que esté en área próxima. También analizan los costos de producción para la mano de obra, logística y transporte.	Yangoe configurado por productores

Fuente: Elaborado por la autora a partir de la Encuesta Ekomer (2021).

Puesto que, las responsabilidades de producir y de llevar los productos a la mesa de los consumidores no es solo una tarea asumida al 100% por los productores, pues, entran a jugar un rol importante los actores sociales para trabajar en red con los productores, para establecer precios y todo lo que hay detrás de los mismos dada la pandemia como el manejo de redes sociales, de trámites, solicitudes en el área urbana, permite la delegación de tareas y buscan ese equilibrio para que todos se vean favorecidos por este trabajo en red.

Finalmente, dicha articulación permite comprender los diferentes procesos que hay detrás de la fijación de los precios, como un precio consensuado, que sea justo no solo para el productor sino también para el consumidor, propicia el alimento fresco en la ciudad. Tal es el caso de la Feria Madre Tierra quienes trabajan articulados para que más consumidores del sur de Quito puedan apoyar la economía local y alimentarse mejor. Inclusive plantean tarifas para el domicilio y aun así las canastas agroecológicas desde la percepción de los consumidores entrevistados y de la investigadora del presente estudio considera que es accesible gracias a dicho trabajo en red.

5.3. Percepción de los precios

En este apartado se presenta los resultados obtenidos de parte de los consumidores. Por un lado, la percepción que tienen los consumidores sobre los precios de los alimentos agroecológicos en los diferentes lugares donde pueden acceder, a la Feria Madre Tierra, la biotienda y a los pedidos online de las canastas. Por otro lado, una descripción de la relación entre el consumidor y el productor; y, finalmente, cómo les ha atravesado la pandemia del Covid-19. A continuación, se presenta una síntesis de estos aspectos en el (tabla 5.2).

Primero, en cuanto a la percepción que tienen los consumidores sobre los precios de los alimentos agroecológicos, se contó con quienes compraban directamente en la Feria Madre Tierra, en la Biotienda y quienes realizan sus pedidos online de canastas agroecológicas, por lo tanto, se cuenta con diferentes apreciaciones. Cuatro de seis consumidores entrevistados consideran que los precios de los alimentos agroecológicos son económicos.

Una consumidora de canastas señaló, “para mí es bueno, es económico, sí, para mí es buen precio, sí” (entrevista a Sheila, consumidora de canastas agroecológicas de Sur Siendo, Quito, 29 de marzo de 2021). Incluso, para ella le resulta favorable hacer los pedidos, dado que, “¡imagínate no te cobran el delivery!” (entrevista a Sheila, consumidora de canastas agroecológicas de Sur Siendo, Quito, 29 de marzo de 2021) por residir cerca de la Feria Madre Tierra. Para el otro consumidor es irrelevante el precio, y, además, en su apreciación agregó elementos de segregación espacial, sus palabras fueron:

Yo desde mi economía no me fijo mucho en eso, yo cojo y compro, porque digamos eh tengo una economía más holgada, pero desde el punto de investigación sé que no es más costoso, a menos que haya una segmentación del mercado, que eso es bueno para los productores, pero que al final sí, sí sigue siendo justo para el consumidor y más aún se entiende todos los beneficios (entrevista a Ronnie, consumidor de la feria Madre Tierra, Quito, 26 de marzo de 2021).

Y, el otro consumidor señaló que “los precios son igual, son igual que el mercado afuera, a veces son convenientes, no son caros, ni exageran, los precios son cómodos igual, en la cantidad y precio son los mismos” (entrevista a padre e hijo, consumidores de la feria Madre Tierra, Quito, 27 de marzo de 2021). Por otro lado, han realizado comparaciones tanto del precio como de la cantidad de los productos agroecológicos entre los dos puntos de venta. Por lo tanto, la consumidora indicó:

Lo que varía más que el costo es la cantidad [...], la cantidad, ajá, por ejemplo, había habido ocasiones que yo por ejemplo quería las zanahorias y yo como bastante, entonces, había la zanahoria, por ejemplo, en la feria podría tener unas 14 zanahorias por \$1, en cambio ya en la biotienda en sí ya era, eran unas 10, 11 (entrevista a Evelyn, consumidora de la feria Madre Tierra y de la Biotienda Sur Siendo, Quito, 23 de marzo de 2021).

Tabla 5.3. Acuerdos entre la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores y los productores

Consumidores	Lugar de consumo	Frecuencia	Compra (dólares \$)	Percepción de los precios	Relación Consumidor-Productor
EC01	Feria	Semanales	\$50	Es barato	Buena
EC02	Canasta	Semanales	\$15	Son accesibles	Buena
EC03	Biotienda y Feria	Semanales	\$20-\$30	En la biotienda: costoso Feria: económico	Buena
EC04	Feria	Ocasional	\$20 a \$30	No detalla el precio, solo compra	Buena
EC05	Feria	Semanales	\$15-\$20	Los precios son iguales al del mercado	Buena
EC06	Canasta	Semanales	\$47-\$50	Son económicos	Buena

Fuente: Entrevistas y conversaciones con los productores, el coordinador de la feria Madre Tierra y consumidores de la Cooperativa, marzo 2021.

Los consumidores y las consumidoras de estos diferentes puntos de venta, tanto de la Feria Madre Tierra, la Biotienda como de las canastas, resaltaron varios elementos, entre ellos, que los precios son favorables, “por lo general las compras son semanales con un costo de entre \$20 y \$30” (entrevista a Evelyn, consumidora de la feria Madre Tierra y de la Biotienda Sur Siendo, Quito, 23 de marzo de 2021)., y otra consumidora indicó, que su “promedio es tomando en cuenta para abastecerme de todo [...] a ver, se me hacen entre \$47 y \$50” (entrevista a Sheila, consumidora de canastas agroecológicas de Sur Siendo, Quito, 29 de marzo de 2021).

Segundo, en cuanto a la relación entre ellos como consumidores con los productores consideran que la atención es buena, incluso se sienten bien atendidos, así lo mencionó una

pareja de consumidores al contar una experiencia en la feria, pues, el consumidor dijo, “es muy amigable, es muy buen servicio” (entrevista a padre e hijo, consumidores de la feria Madre Tierra, Quito, 27 de marzo de 2021) y se complementa con lo dicho por otro consumidor.

En la feria se nota también la calidad humana de quienes están al frente de esto, en este caso de los productores [...] le interesa que la persona que compra, que el cliente esté contento en ese lugar, y eso también es bueno (entrevista a pareja de esposos, consumidores de la feria Madre Tierra, Quito, 21 de marzo de 2021).

Tercero, se presentan algunos elementos bajo el contexto de la pandemia, por un lado, una pareja de consumidores dijo que fueron afectados en el área laboral, por ejemplo, “yo en abril del año anterior me quedé sin trabajo, entonces arrastramos un saldo en contra bastante fuerte (entrevista a pareja de esposos, consumidores de la feria Madre Tierra, Quito, 21 de marzo de 2021); otro elemento, ha sido la motivación por un consumo más saludable dado el contexto del Covid-19, tal como lo relató una consumidora

Pero sí noto, por ejemplo, mis hijas super delgaditas, y muchas alergias y esto y claro desde el momento que yo empiezo a consumir [con las canastas] [...] cero enfermedades, yo era de las que iba al hospital al menos dos veces al mes [...] pero siempre alergias, granitos y yo obviamente ahora noto que es un cambio total (entrevista a Pao, consumidora de canastas agroecológicas de Sur Siendo, Quito, 21 de marzo de 2021).

Por último, los consumidores señalaron que, a pesar del Covid-19 los precios de los alimentos agroecológicos se han mantenido, en palabras de algunos de los consumidores y consumidoras indicaron que, “los precios sí están normales” (entrevista a Evelyn, consumidora de la feria Madre Tierra y de la Biotienda Sur Siendo, Quito, 23 de marzo de 2021), o sea, “yo sí veo que los precios sí han permanecido” (entrevista a pareja de esposos, consumidores de la feria Madre Tierra, Quito, 21 de marzo de 2021), en otras palabras, “no han cambiado, los precios se mantienen” (entrevista a Sheila, consumidora de canastas agroecológicas de Sur Siendo, Quito, 29 de marzo de 2021).

5.4. Análisis comparativo de los precios de alimentos frescos

Para cerrar este bloque, se puede analizar que, los precios de los alimentos agroecológicos de la Feria Madre Tierra son económicos en comparación de los supermercados, la investigadora de este trabajo tuvo la oportunidad de comprar canastas agroecológicas y hacer compras directas a los productores. Cabe acotar que, no solo es en términos de precios, sino que también, se experimenta esa sensación de consumir alimentos que no contaminarán el cuerpo. Para ampliar un poco este argumento, se hará un contraste de los precios de algunos alimentos frescos en la Feria Madre Tierra y del supermercado Santa María. Cabe mencionar que, el enfoque de este estudio no se concentra en la comparación de los precios, pero, aun así, se considera pertinente hacer un primer acercamiento, de modo que, permita detallar las diferencias en la cantidad y el precio tal como se observa en la (tabla 5.4).

Tabla 5.4. Comparación de precios de alimentos frescos, 2021

Alimentos frescos	Sur Siendo Redes y Sabores (web)		Supermercado Santa María	
	Cantidad	Precio	Cantidad	Precio
Tomate riñón	6 ud./1 kl	\$ 1	1 kl	\$ 1.50
Cebolla larga	1 kl /atado	\$ 1	1 atado	\$ 1.49
Brócoli	700 g	\$ 0.50	1 ud.	\$ 0.29
Coliflor	700 g	\$ 0.60	1 ud.	\$ 0.79
Zanahoria	700 g	\$ 0.50	1 lb	\$ 0.89
Pimentón	1 lb (6 ud.)	\$ 0.60	4 ud.	\$ 1.52
Papa chola	5 lb	\$ 1.25	2 kl	\$ 2.50
Aguacate	3 ud	\$ 1	3 ud.	\$ 1.08
Manzana Ana	6 ud.	\$ 1	1 kl	\$ 2.24
Manzana roja	7 ud.	\$ 1	1 kl	\$ 2.30
Total		\$ 8	Total	\$ 14.60

Fuente: Página web de Alimentos Madre Tierra y visita al Supermercado Santa María, mayo 2021.

En términos generales, los precios de los 10 alimentos frescos listados tienden a ser más altos, de modo que, comprar en el supermercado cuestan \$6.6 más, en contraste con los alimentos agroecológicos de Sur Siendo, y no sin ser el menos importante, en la calidad de los productos y todos los procesos que hay detrás de llevar los productos al punto de comercialización.

En síntesis, Di Masso (2012); Raton et al. (2017); Méndez y Monteserín (2017); Moreira, Anello, y Cruz (2020), manifiestan que, los supermercados dependen de los precios del mercado, es decir, en la oferta y la demanda, donde no se generan lazos entre el productor-consumidor, todo lo contrario, el consumidor es un objeto económico, el productor un actor que debe producir en gran masa y presentar altos rendimientos, y la tierra es un agente que necesita insumos tóxicos para la producción de alimentos. A diferencia de los supermercados, en Sur Siendo los precios son constantes, y se puede afirmar solo con esta pequeña muestra de alimentos (frutas y verduras) que sí es posible consumir más sano y un precio justo tanto para consumidores como para productores.

Conclusiones

Los resultados de la presente investigación se organizan bajo un modelo de producción y comercialización de alimentos agroecológicos que descarta a los intermediarios y donde existe interacción entre más actores durante el proceso, lo cual difiere del sistema económico asociado a la oferta y la demanda.

Para la caracterización y comparación de los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos y redes de alimentación alternativas del Distrito Metropolitano de Quito en el contexto del Covid-19, los resultados del análisis de los ocho casos permiten ver algunos elementos. En primer lugar, basados en Gibson y Graham (2003, 2006, 2008, 2016 y 2019) en Rosol (2019) dos casos fueron catalogados como CCCAA, en la medida que responde a una economía local donde su tipo de transacción está orientado en el dinero en efectivo y el trueque de alimentos de manera interna entre los productores. En segundo lugar, el 100% de las prácticas laborales desde la producción hasta la comercialización de los alimentos agroecológicos reside de la mano de obra familiar, tal es el caso de ABEC y El Mercado Agroecológico La Floresta quienes se organizan entre productores para llevar dichos alimentos a los puntos de comercialización. En tercer lugar, la dependencia de proyectos de parte del gobierno u otra organización ha incidido en los CCCAA porque se muestran sujetos a estas indicaciones y no a propuestas de ellos como colectivo de productores, dicha dependencia generó que fueran débiles para hacerle frente al escenario de la pandemia. Y, por último, los productores trabajan en su colectivo sin aun vincular a actores externos en el proceso.

En el contexto de Gibson y Graham (2003, 2006, 2008, 2016 y 2019) en Rosol (2019) cinco casos se consideraron como tal, dado que responden a una articulación donde los consumidores responsables junto con los productores se distribuyen los roles en los procesos logísticos presentes en la economía local tales como el trueque, el dinero en efectivo, las transferencias bancarias y la moneda social como articulador de un intercambio de alimentos y sobre todo de experiencias. Lo cual es consecuente con lo planteado por Rosol (2019); Jarosz (2008); Winter (2003); Sánchez (2009); Venn et al. (2006); Castillo (2020); Di Masso (2012); Riviera (2019), quienes concluyen que en la medida que exista asociatividad,

capacidad para intervenir y asumir roles por actores diferentes a los productores, hará posible ampliar la cobertura del consumo saludable a un mayor número de personas. Esta asociación de actores conduce a nuevas maneras de organizar el territorio, que incorpora el trueque como una opción para obtener alimentos, así como el conjunto de actividades culturales, y visitas organizadas a las áreas de producción que resultan ser complementarias en unos casos y en otros en cambio, son centrales para varios de los actores como por ejemplo los colectivos culturales. En segundo lugar, depende de las formas de organización económica, como se ha visto por ejemplo en las RAAs de Sur Siendo, Yangoe, Yunta Zambiceña, La Cuchara Orgánica y UCCOPEM donde participan tanto productores como grupos de consumidores quienes se interesan en ser apoyo en temas económicos, por tanto se hace referencia a procesos que van mucho más allá de un proyecto que es financiado por un determinado tiempo sino que resulta ser un colectivo bastante fuerte para incluso conservarse aun en la crisis de la pandemia. Por último, estas RAAs permiten la intervención de estos actores para la fijación de los precios de los alimentos de manera social y justa, y así permiten el consumo de alimentos saludables.

Siguiendo a Gibson y Graham (2003, 2006, 2008, 2016 y 2019) en Rosol (2019) un caso se consideró que está en transición de CCCAA a RAA, específicamente a Frutos de Nuestra Tierra al encontrar características de ambas categorías, sin embargo, es evidente que deben gestionar un espacio para el desarrollo de la feria y generar un tejido fuerte para que más actores puedan articularse a esta actividad.

El segundo objetivo de esta investigación fue identificar las principales transformaciones socioespaciales de los circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos y su posible formación de redes de alimentación alternativas en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto del Covid-19, lo cual está asociado a algunos factores. En primer lugar, los espacios físicos como los tiempos de atención de los puntos de comercialización de alimentos agroecológicos a través de ferias se vieron afectados tras la crisis de la pandemia. De manera negativa el cierre de los lugares, pérdida de espacios, suspensión tanto para la actividad de comercialización como para las visitas a las chacras y la desarticulación de productores. Después de varios meses de la incidencia sanitaria llega la denominada nueva normalidad

donde se evidenció una disminución en número de consumidores por las restricciones por aforo en lugares cerrados, y se observó que las RAAs empezaron a darle un cambio a la forma como se venía comercializando sus productos, es así como surgen las canastas agroecológicas a modo de seguir llevando un consumo saludable a los hogares del DQM, lo cual incentivó a estas RAAs a articular a más productores, ampliando sus flujos de comercialización y realizando las ferias en lugares físicos con restricciones.

En segundo lugar, se ha generado un territorio en el DMQ bajo la noción de alimentación agroecológica, y sumado el covid-19 se resalta que, en gran medida estos nuevos canales de comercialización y las maneras de efectuarse el pago por los productos, responde al trabajo hecho por parte de los consumidores responsables quienes han asumido relaciones de confianza con los productores, la supervisión en las áreas de producción, asumen la capacidad de dar garantías de calidad de los alimentos a partir de los SPGs que ellos mismos evalúan, y sobre todo participar en la fijación de los precios de los alimentos ha permitido que se conserve esta actividad de seguir llevando alimentos sanos a la población.

En tercer lugar, la crisis sanitaria actuó como fortalecedor haciendo énfasis para el grupo de productoras de Zámiza, quienes le dieron un giro al enfoque de comercialización en el que habían laborado, por tanto, sustituyeron la idea de dependencia a proyectos auspiciados por parte del municipio por operar bajo una lógica denominada procesos, esto implicó asumir nuevos roles aparte de la producción de la tierra y participar en la organización de la logística de la feria, lo cual fue posible a partir del apoyo brindado por el grupo de agrónomos. Lo que significa un cambio en la estructura económica convencional, de parte de quienes creen y ponen en práctica otras modalidades de comercializar, y aquí se reflejan acuerdos de confianza bajo la lógica de comercio justo. En otras palabras, es un cambio territorial a nivel económico, social y cultural.

El tercer objetivo de esta investigación fue estudiar los procesos que se tejen en una red de alimentación alternativa del Distrito Metropolitano de Quito bajo el contexto del Covid-19, se pudo asociar a algunos factores. En primer lugar, los acuerdos que se tejen entre los actores alrededor de la fijación de los precios de los alimentos agroecológicos de la red Sur Siendo es

una manera de descolonizar esa práctica de consumo convencional por uno agroecológico al valorizar al pequeño productor, al trabajar mancomunados entre sí y conocer las realidades del campo (Vasco, Palacios, y Paspuel 2015; Tendero 2011) Vasco, Palacios, y Paspuel 2015; Tendero 2011). En segundo lugar, se trata de un trabajo en red como lo afirma Castillo (2020) para recuperar varios elementos que han invisibilizado el conocimiento de las comunidades productoras, el llevar un sistema de policultivos y que se puede producir sin recurrir a los patrones de producción basados en agrotóxicos.

En tercer lugar, es evidente que esta red Sur Siendo desdibuja el perfil de consumo convencional, donde los alimentos son etiquetados como mercancías y resalta esa reterritorialización de la comida (Sánchez 2009; Savaria 2020) como eje articulador entre campo-ciudad, una creación de nuevos espacios geográficos donde la comida saludable fortalece ese tejido tanto social como cultural de los actores participantes, al contar sus experiencias, brindar enseñanzas, sus recetas y hasta en el describir su valor en la salud. En último lugar, la articulación de productores y de consumidores responsables establecen de forma consensuada aspectos como la calidad, la cantidad y los puntos de entrega de los productos, lo cual está relacionado con la fijación de los precios de los alimentos agroecológicos que se realiza periódicamente (cada seis meses), incluye los cálculos en el valor de producción, de transporte, de administración, de mano de obra y de logística, con el objetivo de fijar precios justos tanto para los productores como para los consumidores.

Por otra parte, la hipótesis planteada en esta investigación ha considerado que los CCCAA han logrado atravesar la crisis sanitaria porque participan actores diferentes a los productores en medio del proceso de la producción, comercialización, distribución y consumo de alimentos saludables (Winter 2003; Sánchez 2009; Venn et al. 2006). En otras palabras, los hallazgos evidenciaron que bajo esta articulación entre productores y consumidores responsables la redistribución de cargas es un elemento importante en estos circuitos, los cuales pasan a configurarse como RAAs a causa de que han permitido la participación de dichos actores en el proceso.

Finalmente, como alternativa de estudio en el futuro, una vez se pueda recabar toda la información de los 60 puntos de comercialización en el DMQ, se puede plantear una comparación general en los dos escenarios de tiempo, contar con más variables sociales, económicas y geográficas para seguir contrastando los conceptos de CCCAA y RAAs. Además, comprender las dinámicas socioespaciales de las ferias según los estratos socioeconómicos de los barrios, resaltando la ubicación y la variación de los precios de los alimentos agroecológicos. Por una parte, se resalta la importancia de cambiar el enfoque de proyectos por uno de procesos a través de la creación y el fortalecimiento de las RAAs en la medida que productores y consumidores responsables trabajen en conjunto como estrategia de permanencia y cooperatividad. Por otro lado, se puede vincular a escenarios de políticas públicas bajo la intencionalidad de hacer la transición de circuitos cortos a RAAs, de modo que así puedan permanecer en el tiempo y no sean tan frágiles frente a escenarios poco favorables como el del Covid-19, dado que actualmente los desafíos alimentarios son poco alentadores para la salud de una población que experimenta una alimentación de fácil y rápido acceso, pero poco saludable. La idea sería proyectarse a generar un mayor número de espacios donde se comercialice una alimentación más saludable e igualmente accesible.

Referencias

- Barbosa, Silmara De Carvalho, Magda Beatriz de Almeida Matteucci, Wilson Mozena Leandro, Anderson Fernandes Leite, Érika Lidia Silva Cavalcante y Gustavo Queiroz Evangelista de Almeida. 2011. “Perfil do consumidor e oscilações de preços de produtos agroecológicos”. *Pesquisa Agropecuária Tropical* 41 (4): 602–9. <https://doi.org/10.5216/pat.v41i4.11854>.
- Barrionuevo, Ney, Miguel Albacete, Daniela García, Rafael Lindemann y Eugenia Quingaísa. 2020. “Circuitos alternativos de comercialización en el marco de la crisis del covid-19”.
- Borja, Ross, Claire Nicklin, Carlos Barahona, Samuel Vermeulen y Pedro Oyarzun. 2018. “El ambiente alimentario y el potencial de acción de los consumidores. Desarrollo de redes alternativas para productos agroecológicos. Experiencia en Salcedo, Cotopaxi, sierra centro del Ecuador”. *LEISA* 34 (2): 9–15. <https://issuu.com/leisa-al/docs/vol34n2>.
- Braga, Ana, Maria Loureiro, Ricardo Abramovay, Mauricio Serva y Maurício Serafim. 2007. “Fórum - sociologia econômica”. *Revista de Administracao de Empresas* 47 (2): 10–14. doi:10.1590/s0034-75902007000200002.
- Buzai, Gustavo y Claudia Baxendale. 2015. “Análisis socioespacial con sistemas de información geográfica marco conceptual basado en la teoría de la geografía”. *Ciencias Espaciales* 8 (2): 391–408. doi:10.5377/ce.v8i2.2089.
- Castillo, Andrea. 2020. “Circuitos cortos de comercialización de alimentos agroecológicos en Quito, Ecuador: Cooperativa Sur Siendo Redes y Sabores”. *Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável* 15 (3): 284–91. doi:10.18378/rvads.v15i3.7513.
- Castillo, Erika. 2019. “Análisis de la situación del consumo de productos agroecológicos mediante el estudio en diferentes sectores comerciales de la ciudad de Cuenca”. Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca.
- CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe. 2014. “Agricultura familiar y circuitos cortos. nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición”. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36832/S2014307_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- . 2016. “Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar”. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40688-encadenamientos-productivos-circuitos-cortos-innovaciones-esquemas-produccion>
- CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, FAO, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, e IICA, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. 2014. “Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar”. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37152/1/S1420696_es.pdf.

- Contreras, Jackeline, Myriam Paredes y Sandra Turbay. 2017. “Circuitos cortos de comercialización agroecológica en el Ecuador”. *Idesia* 35 (3): 71–80. doi:10.4067/S0718-34292017005000302.
- Coraggio, José. 2013. *economía social y solidaria el trabajo antes que el capital*. Quito: Abya-Yala. Edición en PDF.
- Cruz, Marcelina, Esperanza Tuñón Pablos, Martha Villaseñor Farías, Guadalupe del Carmen Álvarez Gordillo, y Ronald Byron Nigh Nielsen. 2013. “Sobrepeso y obesidad: una propuesta de abordaje desde la sociología”. *Región y Sociedad*, 57: 165–202. <https://doi.org/10.22198/rys.2013.57.a115>.
- Di Masso, Marina. 2012. “Redes alimentarias alternativas y soberanía alimentaria. posibilidades para la transformación del sistema agroalimentario dominante”. Tesis doctoral, Universidad de Barcelona.
- Espinosa, Verónica, Berenice Cordero, Fander Falconí, Xavier Lazo, y John Preissing. 2021. “Documento técnico de las guías alimentarias basadas en alimentos (GABA) del Ecuador”. <https://doi.org/10.4060/ca9928es>.
- Fredis, Mateo. 2020. “Métodos y técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa en geografía”. *Paradigma- Revista de Investigación Educativa*, 33: 79–89.
- Freire, Wilma, María José Ramírez, Philippe Belmont, María José Mendieta, Khaterine Silva, Natalia Romero, Klever Sáenz, Pamela Piñeiros, Luis Gómez, y Rafael Monge. 2013. “Resumen ejecutivo/tomo 1. Encuesta Nacional de Salud y Nutrición ENSANUT-ECU 2011-2013.” Vol. 1. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/ENSANUT_2018/Principales resultados ENSANUT_2018.pdf.
- Frison, Emile, y Chantal Clément. 2020. “The potential of diversified agroecological systems to deliver healthy outcomes: making the link between agriculture, food systems & health”. *Food Policy* 96 (December 2019). <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2020.101851>.
- Galindo, P. 2010. “Seguridad alimentaria y consumo responsable agroecológico. Condiciones de posibilidad”. *La Garbancita Ecológica* 91 (2): 1–13. <https://www.agroecologia.net/recursos/publicaciones/publicaciones-online/2010/ix-congreso/cd-actas/aportaciones/a-11-seguridad-galindo.pdf>
- La Garbancita Ecológica. 2011. “La garbancita ecológica. Una iniciativa para la organización del consumo responsable”. <https://lagarbancitaecologica.org/wp-content/uploads/2018/10/La-Garbancita-Ecológica.-Una-iniciativa-para-la-organización-del-consumo-responsable.pdf>.
- García, José, Anai García, Gustavo Rodríguez, y Ana Gálvez. 2010. “Dimensión económica del sobrepeso y la obesidad como problemas de salud pública”. *Salud En Tabasco* 16 (1): 891–96. <https://www.redalyc.org/pdf/487/48719442006.pdf>.
- Girard, Margaux y Nasser Rebaï. 2020. “Circuits courts de commercialisation et transition territoriale dans Les Andes. Une réflexion depuis le pérou et l'Équateur”. *Cybergeo*, 1–21. Doi:10.4000/cybergeo.33986.

- González, María. 2017. “Agroecología y economía solidaria: la ecotienda de Montevideo. El caso de un emprendimiento de comercialización directa entre productos y consumidores”. Tesis pregrado, Universidad de la República.
- Heifer. 2014. “La Agroecología está presente”.
https://issuu.com/bedomax/docs/heifer_agroecologia_espa_u00a6o27_1
- Higuchi, Angie. 2015. “Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta en Lima”. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico 42 (77): 57–89.
- Holland, Daniel, y Cathy R Wessells. 1998. “Predicting consumer preferences for fresh salmon: the influence of safety inspection and production method attributes”.
Agricultural and Resource Economics Review 27: 1–14.
<https://doi.org/10.1017/S1068280500001659>.
- Hollenstein, Patric. 2020. “Mercados agroalimentarios”. En territorios, ruralidades, ambiente y alimentación en Ecuador. Un balance de la investigación (2000-2019), 169–98. Quito, Ecuador.
- Ibáñez, Luis. 2007. “El Problema de La Obesidad En América Latina”. *Revista Chilena de Cirugía* 59 (6): 399–400. <https://doi.org/10.4067/s0718-40262007000600001>.
- IPS, Inter Press Service. 2017. Noticias. Una crisis de sobrepeso y obesidad en América Latina y el Caribe. Eve Crowley. <http://www.ipsnoticias.net/2017/01/una-crisis-de-sobrepeso-y-obesidad-en-america-latina-y-el-caribe/>
- Jacoby, Enrique, Cristina Tirado, Adrián Díaz, Manuel Peña, Adomari Sanches, María Coloma, y Ricardo Rapallo. 2014. “Una mirada integral a las políticas públicas de agricultura familiar, seguridad alimentaria, nutrición y salud pública en las Américas: acercando agendas de trabajo en las Naciones Unidas”. <http://www.fao.org/family-farming/detail/es/c/1055984/>
- Jarosz, Lucy. 2008. “The city in the country: growing alternative food networks in metropolitan areas”. *Journal of Rural Studies* 24 (3): 231–44.
doi:10.1016/j.jrurstud.2007.10.002.
- Lamine, Claire, Moacir Darolt y Alfio Brandenburg. 2012. “The civic and social dimensions of food production and distribution in alternative food networks in France and Southern Brazil”. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food* 19 (3): 383–401.
https://www.researchgate.net/publication/303164672_The_civic_and_social_dimensions_of_food_production_and_distribution_in_alternative_food_networks_in_France_and_Southern_Brazil.
- Llano, Gabriela, Sylvia Mojerón y Erika Pozo. 2014. “Análisis del comportamiento del consumidor en las hortalizas orgánicas y diseño estratégico para potenciar el consumo en el Distrito Metropolitano de Quito”. Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
- López, B., A. Gracia y J. Barreiro. 2013. “¿Conocimiento, medio ambiente o salud? una investigación sobre los determinantes del consumo de alimentos ecológicos en España”. *Información Técnica Económica Agraria* 109 (1): 86–106.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4184176>.

- Lopez, Daniela y Lionel Lewknow. 2018. El significado social de los precios. Buenos Aires: TeseoPress. Edición en PDF.
- Lorenc, Federico. 2010. “La vida social de los precios. evaluaciones monetarias y acción económica en los mercados de la seguridad privada”. *Civitas* 10 (3): 450–67. doi:10.15448/1984-7289.2010.3.67.
- Martínez-Carrasco, Federico, José Martínez Paz, y Laura Gazquez Perez. 2008. “Actitudes y comportamientos ambientales: ¿elementos determinantes en el consumo de alimentos ecológicos?”. III congreso de la asociación hispano-portuguesa de economía de los recursos naturales y ambientales. http://www.uibcongres.org/imgdb/archivo_dpo4406.pdf.
- Martínez, Diego. 2017. “Articulaciones urbano-rurales y desarrollo territorial: retos para los gobiernos locales de América Latina y Ecuador”. En relaciones y tensiones entre lo urbano y lo rural, 13–40. Ecuador: Abya-Yala. Edición en PDF.
- Martínez, Rodrigo, Amalia Palma, Eduardo Atalah, y Anna Pinheiro. 2009. “Inseguridad alimentaria y nutricional en América Latina y El Caribe”. *Cepal* 5 (6): 7–63.
- Méndez, Ricardo y Abella Monteserín. “Redes Alimentarias Alternativas En Grandes Ciudades: Los Mercados de Productores Agrarios En Madrid”. *Cuadernos Geográficos* 56, 1 (2017): 193–216. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v56i1.4049>.
- Migliorati, Mario. 2016. “Agroecología, una alternativa viable”. *Revista de Investigaciones Agropecuarias* 42 (3): 226–33. <https://www.redalyc.org/pdf/864/86449712002.pdf>.
- Monachon, David. 2017. “Redes alimentarias alternativas nuevos compromisos políticos y sociales. Un estudio comparativo franco-mexicano”. Tesis doctoral, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Montagut, Xavier. 2007. “Agricultura y alimentación. Soberanía alimentaria y consumo responsable como alternativas”. *Viento Sur* 94: 72–80. <https://cdn.vientosur.info/VScompletos/VIENTOSUR-numero94-01-alvuelo.pdf>.
- Morales, Agustín. 2009. “El movimiento de comida lenta se opone al de comida rápida”. *Letras Verdes*, 4: 14–15. <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.4.2009.840>.
- Moreira, Carlos, María Anello y Juan Cruz. 2020. “Aportes en las áreas de economía social, soberanía alimentaria y agroecología de un proyecto de bolsón soberano de verduras del área metropolitana de Buenos Aires – Argentina”. *American Journal of Entrepreneurship and Innovation* 2 (1): 332–43. <http://periodicos.unespar.edu.br/index.php/raei/article/view/3355>.
- Moreira, Wendy. 2016. “Análisis del comportamiento del consumidor de alimentos orgánicos, en las principales cadenas de supermercados de la ciudad de Guayaquil”. Tesis de maestría, Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- Murdoch, Jonathan, Terry Marsden, y Jo Banks. 2000. “Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector stable”. *Economic Geography* 76 (2): 107–25.
- Nardi, María Andrea, y Sandra Graciela Pereira. 2006. “Proximidad territorial y desarrollo local - rural: las ferias francas de la provincia de Misiones - noreste Argentino”. *Interações (Campo Grande)* 8 (13): 51–61. <https://doi.org/10.1590/s1518-70122006000200006>.

- OPS, Organización Panamericana de Salud y OMS, Organización Mundial de la Salud. 2014. “Revista Informativa”. Vol. 32.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org/>
- Ortega, Guillermo. 2009. “Agroecología vs. agricultura convencional”. Documento de trabajo. <http://www.baseis.org.py/wp-content/uploads/2014/03/1395155082.pdf>.
- Ortíz, Rina, Maritza Torres, Susana Peña, Marcos Palacio, José Crespo, Juan Sánchez, David Pineda, María Ordoñez, Roberto Añez, Joselyn Rojas, Valmore Bermúdez. 2017. “Comportamiento Epidemiológico de La Obesidad y Factores de Riesgo Asociados En La Población Rural de Cumbe, Ecuador.” *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica* 36 (3): 88–96.
- Paredes, Myriam, Sara Latorre, y Priscila Prado. 2020. “De la producción al consumo una perspectiva multiescalar de los estudios alimentarios”. En *Territorios, ruralidades, ambiente y alimentación en Ecuador. Un balance de la investigación (2000-2019)*, 143–67. Quito, Ecuador.
- Pengue, Walter Alberto. 2017. “Agroecología y ciudad: alimentación, ambiente y salud para una agenda urbana sostenible”. *Fronteras* 63–77.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6201906>
- Pozas, María de los Ángeles. 2004. “Aportes y Limitaciones de La Sociología Económica”. *Cuadernos de Ciencias Sociales* 134: 9–36.
<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan030192.pdf>.
- Raton, Gwenaëlle, Corinne Blanquart y Laure De Biasi. 2017. “Des circuits courts durables: de l’ utopie à la réalité”. *Hal Archives-Ouverts*, 1-6. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01478800/document>.
- Rebaï, Nasser. 2010. “Agricultura comercial y resistencia territorial: análisis de las relaciones campo-ciudad en la provincia del Azuay”. *Eutopía* 1: 69–81.
doi:10.17141/eutopia.1.2010.764.
- . 2019. “La ‘cuenca de vida’ como nueva escala de producción de territorios urbanorurales sostenibles”. *Revista Urbano*, 8–25. doi: 10.22320/07183607.2019.22.39.01.
- Riviera, Christian. 2019. “Desarrollo de estrategias para el incremento de consumo de productos agroecológicos de la provincia del Azuay-Ecuador”.
- Rodríguez, Ginna. 2018. “Los sistemas alimentarios de intercambios alternativos, un modelo para ejercer la soberanía alimentaria y la seguridad alimentaria y nutricional”. Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia.
- Rodríguez, Viviana. 2015. “Optimización de los procesos de gestión para el mejoramiento del programa canasta popular de la fundación utopía en la ciudad de Riobamba en el segundo semestre del 2014”. Documento de trabajo.
- Romero, Edgar. 2018. “En los barrios del sur de Quito apuestan por la agricultura y alimentación del futuro”. <https://www.sudamericarural.org/index.php/noticias/que-pasa/5792-en-los-barrios-del-sur-de-quito-apuestan-por-la-agricultura-y-alimentacion-del-futuro> (consultado el 9 de mayo de 2020).

- Rosol, Marit. 2019. "On the significance of alternative economic practices: reconceptualizing alterity in alternative food networks". *Economic Geography* 96 (1): 52–76. doi:10.1080/00130095.2019.1701430.
- Ruiz, Pepe. 2013. "Distribución agroalimentaria: impactos de las grandes empresas de comercialización y construcción de circuitos cortos como redes alimentarias". Documento de trabajo. <https://ojs.ehu.eus/index.php/hegoa/article/view/10583>.
- Sacoto, Fernando, Irene Torres, y Daniel López. 2020. "Sostenibilidad en la prevención de enfermedades crónicas: lecciones del programa salud al paso en Ecuador". *Revista Panamericana de Salud Pública* 44: 1–7. <https://doi.org/10.26633/rpsp.2020.113>.
- Salgado, L, y L F Beltrán. 2011. "Factors that influence sustainable consumption of organic products in the northwest Mexico". *Universidad y Ciencia Trópico Húmedo* 27 (3): 265–79. www.universidadyciencia.ujat.mx.
- Sánchez, José. 2009. "Redes alimentarias alternativas: concepto, tipología y adecuación a la realidad española". *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles* 49: 185–207. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3093879/1.pdf>.
- Sánchez, Rubén. 2009. "Aproximaciones teóricas al consumo agroecológico. Estudio de caso". Tesis de maestría, Universidad Internacional de Andalucía.
- Saravia Ramos, Pablo. 2020. "Circuitos cortos de comercialización alimentaria: análisis de experiencias de la región de Valparaíso, Chile." *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad* 19 (2). <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue2-fulltext-1914>.
- Schujman, Mario. 2014. *Economía social y solidaria: praxis, vivencias e intenciones*. Argentina: DelRevés. Edición en PDF.
- Secretaría Metropolitana de Salud. 2018. "Diagnóstico de salud del Distrito Metropolitano de Quito". Quito, Ecuador. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org/>
- Soler, Marta y Àngel Calle. 2010. "Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de comercialización en Andalucía". *PH Cuadernos* 27: 258–83. <http://institucional.us.es/compromiso/libreconf/docs/canales.pdf>.
- Tendero, Guillem. 2011. "Escenarios y tendencias en el consumo de productos ecológicos". Documento de trabajo.
- Vasco, Cristian, Antonella Guevara, Belen Jácome y Diana Vasco. 2019. "Las bioferias y su potencial para promover el consumo de productos agroecológicos En Quito". *Ciencia y Tecnología* 12 (1): 9–17. doi:10.18779/cyt.v12i1.297.
- Vasco, Cristian, Carolina Sánchez, Víctor Abril, Karina Limaico, David Eche y Gioconda García. 2017. "Motivaciones para el consumo de productos agroecológicos en Quito." *Siembra* 4 (1): 31–38. doi:10.29166/siembra.v4i1.300.
- Vasco, Cristian, Gabriela Palacios y Susana Paspuel. 2015. "Determinantes socioeconómicos del consumo de productos ecológicos en Quito". *Siembra* 2 (1): 23–28. doi:10.29166/siembra.v2i1.112.

- Venn, Laura, Moya Kneafsey, Lewis Holloway, Rosie Cox, Elizabeth Dowler y Helena Tuomainen. 2006. "Researching european 'alternative' food networks: some methodological considerations". *Area* 38 (3): 248–58. doi:10.1111/j.1475-4762.2006.00694.x.
- Wang, Raymond Yu, Zhenzhong Si, Cho Nam Ng y Steffanie Scott. 2015. "The transformation of trust in china's alternative food networks: disruption, reconstruction, and development". *Ecology and Society* 20 (2): 2015. doi:10.5751/ES-07536-200219.
- White, Ted. 2020. "Direct producer–consumer transactions: community supported agriculture and its offshoots". In *The Handbook of Diverse Economies*, 5:214–22. Estados Unidos. <https://doi.org/10.4337/9781788119962>.
- Winter, Michael. 2003. "Geographies of food: agro-food geographies - making reconnections". *Progress in Human Geography* 27 (4): 505–13. doi:10.1191/0309132503ph446pr.

Anexos

Anexo 1. Guía de Entrevista Semiestructurada dirigida al coordinador de la Cooperativa Sur Siendo

Buenos días, mi nombre es Leidy Ricaurte. En base a mi tesis de la maestría en investigación en Desarrollo Territorial Rural, de la FLACSO, Ecuador. Se ha propuesto realizar esta investigación la cual tiene como objetivo, estudiar los procesos colectivos de la Cooperativa Sur Siendo bajo un el contexto del Covid-19. Por lo tanto, se le invita a participar de una entrevista semiestructurada para identificar los procesos que son abordados desde la Cooperativa Sur Siendo en calidad de consumidores. Cabe mencionar que la información suministrada será para fines académicos.

A. Información del contacto

Nombre del entrevistado:

Cargo:

Teléfono fijo:

Celular:

Correo electrónico:

B. Información general

- Nombre de la red
- ¿Cómo fue el proceso de acuerdo sobre la articulación con los productores?
- Me puede contar todo el proceso desde que se recogen los alimentos de los sitios de producción hasta los sitios de venta o entrega en Quito? ¿De dónde vienen los alimentos agroecológicos?

C. Procesos colectivos de la cooperativa sur siendo

- Cuénteme su percepción sobre la iniciativa de Sur Siendo poco acerca de la Cooperativa Sur Siendo, ¿cómo inició y por qué?
- Nota: mencionarle lo que he leído de la cooperativa Sur Siendo (tesis, artículos).
- ¿Cómo está organizada la cooperativa Sur Siendo, hay una directiva?
- ¿Cómo se organiza para la distribución de los productos agroecológicos?
- ¿Quién o quiénes coordinan cada iniciativa (ferias, canastas, tiendas, etc.)?
- ¿Para la compra de los productos con quiénes coordinan?

- ¿Están organizados?
- ¿Cómo coordinan entre ellos los productores?
- ¿Con quién de la organización de productores podría hablar para preguntarle sobre su trabajo de producción?
- ¿Cómo son los procesos de distribución de los roles entre los diferentes actores? (funciones dentro de la cooperativa y con los productores)

Precios

- Puede contarme un poco más sobre las ventajas y desventajas que existen en los acuerdos de fijación de los precios de los alimentos agroecológicos.
- ¿Cada cuánto se fijan estos precios?
- ¿Cómo evalúa su nivel de participación en la fijación de los precios?
- Puede indicarme las ventajas y desventajas de los procesos de acuerdo entre los miembros de la red para asumir:
 - Costos económicos (en caso de que se pierda la cosecha)
 - Beneficios (ganancias económicas, el participar en medio del proceso de producción, distribución, comercialización y consumo)
 - Riesgos (en caso de que se pierda la cosecha)

D. Situación de emergencia covid-19

- ¿Qué tipo de comercialización funcionaba antes del Covid-19?
 - a) Feria b) Mercado c) Canasta d) Punto de Venta e) Restaurante f) Finca g) Sitio Web h) otro
- Actualmente, ¿qué tipo de comercialización está funcionando?
- Feria b) Mercado c) Canasta d) Punto de Venta e) Restaurante f) Finca g) Sitio Web h) otro
- ¿Considera que la crisis del Covid-19 ha afectado a los precios de los alimentos agroecológicos? (los precios se han mantenido, han disminuido o han incrementado)
- De acuerdo a su percepción, ¿cómo ve la relación entre el campo y la ciudad en relación a los lugares de distribución de Sur Siendo?

Finalmente, le gustaría incluir otro aspecto que considere de importancia y no se haya abordado. Muchas gracias.

Hora de finalización de la entrevista:

Código de entrevista dirigida al Coordinador de Sur Siendo

Descripción	Fecha entrevista
Coordinador de la Cooperativa Madre Tierra, feria agroecológica Sur Siendo Redes y Sabores.	06.03.2021

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Anexo 2. Guía de entrevista semiestructurada dirigida a los productores vinculados a la cooperativa sur siendo

Buenos días, mi nombre es Leidy Ricaurte. En base a mi tesis de la maestría en investigación en Desarrollo Territorial Rural, de la FLACSO, Ecuador. Se ha propuesto realizar esta investigación la cual tiene como objetivo, estudiar los procesos colectivos de la Cooperativa Sur Siendo bajo el contexto del Covid-19. Por lo tanto, se le invita a participar de una entrevista semiestructurada para identificar los procesos que son abordados desde la Cooperativa Sur Siendo en calidad de productores. Cabe mencionar que la información suministrada será para fines académicos.

Número de entrevista:

A. Información del contacto

Nombre del entrevistado:

Cargo:

Teléfono fijo:

Celular:

Correo electrónico:

B. Procesos colectivos entre productores y la cooperativa sur siendo

- ¿Ustedes quienes entregan los productos a la Cooperativa Sur Siendo están organizados o pertenecen a alguna organización?
- ¿Tienen alguna directiva?
- ¿cómo se organizan para entregar los productos?
- ¿En cuántos lugares usted entrega o comercializa sus productos?
- ¿Cuáles son las diferencias entre los lugares en donde comercializa y Sur Siendo?
- ¿Cuántos productores de su organización entregan productos a Sur Siendo?

Precios:

- ¿Quién fija los precios de los alimentos agroecológicos cuando entregan los productos a la cooperativa Sur Siendo?
- ¿Podría indicarme cuáles son las ventajas de este proceso de fijación de los precios?
- ¿Podría indicarme cuáles son las desventajas de este proceso de fijación de los precios?

- ¿Existen procesos de acuerdo entre ustedes como productores de la Cooperativa Sur Siendo?, podría ampliarme en qué consisten?
- ¿Puede comentarme si existen procesos de acuerdo entre los miembros de la red para asumir los riesgos desde la producción, distribución y comercialización de los alimentos agroecológicos? Nota: riesgos, entendido en el caso de que se pierda la cosecha.
- ¿Puede comentarme si existen procesos de acuerdo entre los miembros de la red para asumir los beneficios en medio de este proceso de los alimentos agroecológicos? Nota: beneficios, entendidos como ganancias económicas, el participar en medio del proceso de producción, distribución, comercialización y consumo.
- ¿Puede comentarme si existen procesos de acuerdo para asumir los costos desde la producción hasta la comercialización de los alimentos agroecológicos?, ¿en qué consiste la distribución de los costos? Nota: los costos económicos, por ejemplo, en caso de que se pierda la cosecha.
- ¿Cómo ustedes garantizan a los consumidores, que estos alimentos frescos (no procesados) son agroecológicos? (ejemplo: visitas a las huertas).

C. Emergencia del covid-19

- ¿Puede comentarme cómo ha afectado la crisis del Covid-19 los precios de los alimentos agroecológicos? (ej. los precios se han mantenido, han disminuido o han incrementado)
- ¿Qué otras afectaciones han tenido con las entregas de alimentos agroecológicos a la cooperativa Sur Siendo?

Finalmente, le gustaría incluir otro aspecto que considere de importancia y no se haya abordado.

Muchas gracias.

Hora de finalización de la entrevista:

Código de entrevistas dirigidas a los productores de Sur Siendo

Descripción	Fecha entrevista
Productor de la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores.	06.03.2021
Productora de la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores.	13.03.2021
Productora de la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores.	13.03.2021
Productor de la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores.	13.03.2021
Productora de la Cooperativa de Comercio Justo Sur Siendo Redes y Sabores.	16.03.2021

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Anexo 3. Guía de entrevista semiestructurada dirigida a los consumidores de la Cooperativa Sur Siendo

Buenos días, mi nombre es Leidy Ricaurte. En base a mi tesis de la maestría en investigación en Desarrollo Territorial Rural, de la FLACSO, Ecuador. Se ha propuesto realizar esta investigación la cual tiene como objetivo, estudiar los procesos colectivos de la Cooperativa Sur Siendo el contexto del Covid-19. Por lo tanto, se le invita a participar de una entrevista semiestructurada para identificar los procesos que son abordados desde la Cooperativa Sur Siendo en calidad de consumidores. Cabe mencionar que la información suministrada será para fines académicos.

A. Información del contacto

Nombre del entrevistado:

Cargo:

Teléfono fijo:

Celular:

Correo electrónico:

B. Procesos colectivos

- Cómo conoció esta feria/ tienda/ canasta de Sur Siendo?
- ¿Desde cuándo compra en este lugar?
- Con qué regularidad viene a realizar sus compras/recoger la canasta de Sur Siendo?
- ¿Cómo describe su nivel de participación (rol) en la Cooperativa Sur Siendo?
- Consumidor indiferente (no se percatan en identificar lo que están comprando, compran lo que consumen en su hogar y no saben identificar los alimentos frescos).
- Consumidor habitual (quienes consumen de manera habitual semanal o quincenal)
- Consumidor ocasional (con mayor disposición a pagar)
- Consumidor responsable (participan de manera activa en los diferentes procesos, dependiendo su grado de vinculación, sea en la formación pedagógica sobre el proceso desde la producción hasta la alimentación)
- Aparte de comprar en la feria, usted participa en otras actividades relacionadas con el transporte desde el lugar de la producción, recoger los productos, ¿clasificar o entregar los productos?

- ¿Participa en otras actividades de Sur Siendo que no están relacionadas con los alimentos?

C. Alimentos agroecológicos y acuerdos

- ¿Cómo usted en calidad de consumidor/a, identifica que los ALIMENTOS FRESCOS (no procesados) son agroecológicos? (ejemplo: visitas a las huertas)
- ¿Por qué razón prefiere estos productos?
- ¿Existen procesos de acuerdo entre ustedes como consumidores con la Cooperativa Sur Siendo? ¿O con los productores?
- ¿Conoce a los productores?
- ¿Conoce los lugares en donde se producen los alimentos?
- ¿Hay algún otro lugar en donde usted compre alimentos directos de los productores?

D. Precios

- Cuénteme ¿quién fija los precios de los alimentos agroecológicos en esta feria/canasta?
- ¿Son siempre los mismos precios o varían?
- ¿Cada cuánto cambian los precios?
- ¿Cuál es su percepción de los precios de los alimentos agroecológicos de la Cooperativa Sur Siendo?
- Económicos (cómo lo define, explique)
- Costosos (cómo lo define, explique)
- ¿Cuánto invierte y cada cuanto compra alimentos agroecológicos?

E. Situación de emergencia del covid-19

- ¿Cómo ha afectado la crisis del Covid-19 los precios de los alimentos agroecológicos? (los precios se han mantenido, han disminuido o han incrementado)
- ¿Cómo ha afectado la crisis a los ingresos de su hogar?
- ¿Cómo afectó a la entrega de los alimentos?
- ¿Para acceder a estos alimentos cuánto invierte (\$) y tiempo) en transporte hasta este punto? Antes y después de Covid-19.
- Finalmente, le gustaría incluir otro aspecto que considere de importancia y no se haya abordado.

Muchas gracias.

Hora de finalización de la entrevista:

Código de entrevistas dirigidas a los consumidores de Sur Siendo

Código	Descripción	Fecha entrevista
C01	Pareja de esposos- consumidores de la feria	21.03.2021
C02	Consumidora de las canastas agroecológicas	21.03.2021
C03	Consumidora de la biotienda	23.03.2021
C04	Consumidor de la feria	26.03.2021
C05	Una pareja de consumidores de la feria (padre e hijo)	27.03.2021
C06	Consumidora de canastas agroecológicas	29.03.2021

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Anexo 4. Guía observación participante en la feria agroecológica de la Cooperativa Sur Siendo

Datos generales

Lugar:

Fecha:

Hora de llegada de la investigadora:

Hora de salida de la investigadora:

Aproximar el número de productores presentes:

Aproximar el número de consumidores que llegan en el tiempo observado:

Observación participante

- Describir la materialidad de la feria:
- En qué lugar se encuentra ubicada:
- ¿Tienen carpas? Sí___, Cuántas: ___/ No___
- ¿Cómo están dispuestas?
- ¿Tienen mesas? Sí___, Cuántas: ___ / No___ P6. ¿Cómo están dispuestas?
- ¿Tienen manteles? Sí___, Cuántos: ___ / No___
- ¿Venden solo productos frescos?
- ¿Los productores y los productos están protegidos de los elementos?
- ¿Usan equipos de protección?
- ¿Están los precios de los productos visibles en algún cartel?
- ¿Hay algún evento cultural o música en la feria?
- ¿Hay alguien de Sur Siendo coordinando la feria?
- ¿Los agricultores tienen algún distintivo?
- ¿Qué dice el distintivo?
- ¿Qué tipo de productos venden?
- ¿Qué pasa cuando algún consumidor no está usando equipos de protección por el Covid-19?
- ¿En qué tipo de contenedor (bolsa, canasta) se llevan los productos los consumidores?
- Ambientalmente es: muy caliente, muy frío, aireado.

Relación

- La relación entre el consumidor y los actores de la feria de Sur Siendo (incluso su relación con los productores)
- Buena (existe confianza entre los actores, hay diálogo amistoso) Caracteres
- Regular (una relación de solo transacción y la conversación muy limitada) Caracteres

Precios

- Observar la percepción de los consumidores en relación al precio de los alimentos agroecológicos
- Observar si hay negociación de los precios por parte de los consumidores o de los productores
- Observar si existen procesos de trueque y describir cuáles
- Observar cuánto invierte (\$) un consumidor en su compra agroecológica
- Observar qué productos compra y la cantidad
- Observar quién realiza más las compras (si son más mujeres que hombres o viceversa)
- Observar la frecuencia de los consumidores a la feria (en un rango de hora y # de consumidores)
- Otras observaciones

Anexo 5. Guía entrevista informal al responsable de la Página Qué Rico Es

- Comentar un poco sobre proyecto de Ekomer
- Razones del por qué algunas iniciativas/ferias agroecológicas están en la base de datos del 2017 y otras no
- Por qué hay más redes de alimentación alternativas al 2021
- Cuáles son redes de alimentación alternativas
- Detallar un poco sobre los aportes hacer parte de la página Que Rico Es para los coordinadores de las ferias agroecológicas
- Cómo ve los procesos de intermediación
- Contexto de la pandemia en el proceso del consumo responsable

Código de entrevista dirigida al responsable de la página Que Rico Es

Descripción	Fecha entrevista
Responsable de la página www.quericoes.org	03.05.2021

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Anexo 6. Conversaciones informales (entrevista)

Las conversaciones informales relacionadas con la organización de la feria agroecológica Sur Siendo tuvo como preguntas guía:

- ¿En qué consiste la actividad desarrollada por la feria agroecológica?
- ¿Cuáles son las responsabilidades asumidas por los consumidores responsables?

Código de conversaciones informales

Descripción	Fecha conversación
Consumidor responsable de la Cooperativa Sur Siendo	21.03.2021

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.

Anexo 7. Entrevista semiestructurada del Proyecto

La encuesta dirigida a redes de alimentación alternativas e iniciativas agroecológicas contempla las siguientes secciones:

- Información del contacto
- Información de la red
- Espacios de encuentro (en función de la razón de ser de la red, de sus actividades núcleo)
- Con relación a los servicios organizados por su organización y relacionados con la alimentación y salud que ofrecen
- En relación con actividades organizadas por terceros para su organización y relacionadas con la alimentación/nutrición,
- En relación con actividades organizadas por terceros para su organización y relacionadas con la promoción en salud
- Situación de emergencia covid-19
- Recomendaciones
- Participación estudio 3

Entrevistas semiestructuradas dirigidas a los coordinadores de CCCAA y RAAs

Descripción	Fecha entrevista
Coordinador de Feria Madre Tierra de la Cooperativa Sur Siendo	09.03.2021
Responsable de las canastas agroecológicas de la Cooperativa Sur Siendo	30.03.2021
Coordinadora de UCCOPEM	13.04.2021
Coordinador de la Feria Agroecológica Yunta Zambiceña	09.04.2021
Coordinador de Yangoe un Abrazo a la Vida	14.04.2021
Coordinadora del Mercado Agroecológico La Floresta	03.05.2021
Coordinadora de Alimentos Buenos en Casa -ABEC-	08.05.2021
Coordinadora de la Feria Frutos de Nuestra Tierra	18.04.2021
Coordinadora de La Cuchara Orgánica	12.04.2021

Fuente: Datos obtenidos del trabajo de campo.