

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador

Departamento de Desarrollo, Ambiente y Territorio

Convocatoria 2018-2020

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

Territorialización de las Redes Alternativas de Alimentos en la provincia de Manabí

Mary Cristina Giler Bravo

Asesora: Myriam Paredes

Lectores: Alejandra Chaves y Virginia Vallejo

Quito, abril de 2024

Índice de contenidos

Resumen	7
Agradecimientos.....	9
Introducción	10
Capítulo 1. Teoría, antecedentes y metodología	19
1.1. Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS).....	19
1.2. Redes Alternativas de Alimentación (RAA).....	20
1.2.1. Dimensiones de Las Redes Alternativas de Alimentación (RAA)	23
1.3. Territorio: un espacio en construcción	25
1.3.1. Tipos de capitales	26
1.3.2. Territorialización, Desterritorialización y Reterritorialización	28
1.4. Estado del arte	29
1.4.1. CIALCOS y RAA en los territorios	29
1.4.2. Modalidades de los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCO).....	34
1.5. Estrategia metodológica	36
1.5.1. Diseño metodológico.....	36
1.5.2. Trabajo de campo	37
1.5.3. Análisis de la información recogida.....	48
Capítulo 2. Caracterización de los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS) de la provincia de Manabí	50
2.1. CIALCOS San Vicente: Federación de Organizaciones Campesinas de la Zona Norte de Manabí FOCAZNOM y Rancho Mila.....	50
2.1.1. Federación de Organizaciones Campesinas de la Zona Norte de Manabí FOCAZNOM	51
2.1.2. Rancho Mila- Tierra BellBaum-Tierra del Rancho- La Tienda del Rancho....	57
2.2. CIALCOS Portoviejo. Asociación de Productores Agropecuaria Agroecológica de Manabí (ASOPROMAN) y Bioferia Agroraices	60
2.2.1. ASOPROMAN.....	60
2.2.2. Bioferia Agroraíces	61
2.3. CIALCOS Jama: Asociación de Productores Artesanales Coffeexpress (ASOPROCOFFEE) y Asociación de Producción Agrícola Tabuga (Aso Agrotabuga).....	62
2.3.1. Asociación de Productores Artesanales Coffeexpress (ASOPROCOFFEE)...	63

Capítulo 3. Funcionamiento de las Redes Alternativas de Alimentación (RAA) en la provincia de Manabí.....	68
3.1. RAA San Vicente	68
3.1.1. Federación Campesina de la Zona Norte de Manabí (FOCAZNOM)	68
3.1.2. Rancho mila.....	75
3.2. RAA Portoviejo.....	78
3.2.1. Asociación de Productores Agropecuaria Agroecológica de Manabí (ASOPROMAN) – Bioferia Agroraices	78
3.3. RAA Jama	85
3.3.1. Asoprocoffee	85
3.3.2. Aso Agrotabuga.....	90
Capítulo 4. Territorialización de Redes Alternativas de Alimentación (RAA)	96
4.1. Análisis de la territorialización de las RAA desde la teoría del campo social y capital social.....	97
4.1.1. FOCAZNOM	98
4.1.2. ASOPROMAN- Bioferia Agroraices.....	100
4.2. Territorialización de las RAA desde las relaciones sociales.....	102
4.3. Resultados de territorialización alcanzados	105
Conclusiones	108
Referencias	115
Anexos.....	121

Lista de ilustraciones

Figuras

Figura 1.1. Esquema de metodología de investigación	36
Figura 1.2. Diagrama de estructuración de la red para el análisis de las relaciones	46
Figura 1.3. Diagrama de estructuración de la red para el análisis de los resultados de territorialización de las RAA.....	48
Figura 4.1. Estructuración de la red para el análisis de las relaciones sociales FOCAZNOM y Bioferia Agroraices	102
Figura 4.2. Estructuración de la red para el análisis de los resultados de territorialización FOCAZNOM y Bioferia Agroraices.....	105

Mapas

Mapa 2.1. Ubicación de las de las iniciativas de las RAA de la Provincia de Manabí.....	50
Mapa 2.2. Comunidades socias y fraternas de FOCAZNOM.....	52

Tablas

Tabla 1.1. Iniciativas seleccionadas para la investigación	38
Tabla 1.2. Actividades desarrolladas en las iniciativas seleccionadas.....	41
Tabla 1.3. Ponderación de las relaciones sociales en las RAA	44
Tabla 1.4. Ponderación de los resultados de territorialización de las RAA.....	47
Tabla 2.1. Comunidades socias y fraternas de FOCAZMON.....	51
Tabla 2.2. Resumen comparado de los CIALCOS en la provincia de Manabí.....	64

Lista de abreviaturas y siglas

ASO AGROTABUGA	Asociación de Producción Agrícola Tabuga
ASOPROCOFFEE	Asociación de Producción Artesanal Coffee
ASOPROMAN	Asociación de Productores Agropecuarios, Agroecológicas de Manabí
CCC	Circuitos Cortos de Comercialización
CIALCO	Circuito Alternativo de Comercialización
CIALCOS	Circuitos Alternativos de Comercialización
CLOC	Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
FENOCIN	Confederación Nacional de Organizaciones Indígenas, Campesinas, y Negras
FOCAZNOM	Federación Campesina de la Zona Norte de Manabí
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
RAA	Redes Alternativas de Alimentación
SA	Seguridad Alimentaria
SAA	Sistema agroalimentario
SbA	Soberanía Alimentaría
SPG	Sistema Participativo de Garantías
RGS	Red de Guardianes de Semillas

Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis

Yo, Mary Cristina Giler Bravo, autora de la tesis titulada Redes Alternativas de Alimentación en Manabí declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, que la he elaborado para obtener el título de maestría 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, abril de 2024

Mary Giler Bravo

Mary Cristina Giler Bravo

Resumen

La presente investigación tiene como fin contribuir a la identificación y caracterización de las Redes Alternativas de Alimentación (RAA) en la provincia de Manabí, determinar el funcionamiento, forma de articulación y pilares principales de dichas redes en el territorio. Se buscó responder a la pregunta ¿Cómo ocurren y de qué dependen los procesos de territorialización de diferentes RAA en la provincia de Manabí?, para ello propongo como hipótesis que los procesos de territorialización de las RAA dependen de las formas en que diferentes actores se involucran y apropian de las mismas para generar traducciones que promueven su crecimiento y transformación en el tiempo. En este sentido, el objetivo general de la investigación fue identificar los procesos de territorialización de diferentes RAA promovidos a partir de los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCO). Para este fin los objetivos específicos propuestos fueron: 1) identificar y caracterizar los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS); 2) describir en detalle el funcionamiento de las Redes Alternativas de Alimentación (RAA); y 3) identificar las prácticas mediante las cuales las Redes Alternativas de Alimentación (RAA) se están territorializando. La metodología involucró métodos cualitativos como entrevistas, observación participante, etnografías, desarrollados en tres fases en función de los objetivos. La fase de diseño metodológico, la fase de campo y la fase de análisis de la información recogida.

Como resultado del trabajo de campo identificamos cincuenta y cinco circuitos cortos de comercialización en la provincia, de los cuales cinco cumplían con las características para ser considerados CIALCOS y formar RAA. Al analizar los casos de estudio tuvimos como resultado que dos de ellos, FOCAZNOM y ASOPROMAN, se encontraban en un grado más avanzado de construcción de redes. Estas dos iniciativas se analizaron a profundidad a través de la teoría del capital social y de redes sociales para poder determinar las prácticas que les han permitido territorializarse en mayor medida.

En relación con el primer objetivo, se destaca que el terremoto fue un factor clave que propició la formación y fortalecimiento de CIALCOS y RAA en la provincia. Las organizaciones ya consolidadas tuvieron ventajas para gestionar recursos, mientras que las no organizadas accedieron a recursos mediante el apoyo gubernamental y de ONGs.

En cuanto al segundo objetivo, se describen diversas estrategias implementadas por las RAA, que se vieron reconfiguradas por la pandemia del COVID-19. Algunas organizaciones, como

FOCAZNOM, adaptaron estrategias como la creación de tiendas asociativas fijas, mientras que ASOPROMAN adoptó la entrega a domicilio de productos utilizando redes sociales y tecnologías de la información.

Respecto al tercer objetivo, se concluye que las RAA se territorializan a través de la generación de vínculos, especialmente el capital social. La autonomía se logra mediante la organización interna, la creación de espacios de comercialización y relaciones estables. Estas prácticas incluyen ferias semanales, reuniones mensuales y vínculos contruidos a través de capital cultural, como la educación de los socios.

De esta manera pudimos reconocer que los procesos de construcción y territorialización de las diferentes RAA en la provincia de Manabí surgen de la necesidad de los productores de romper con el sistema agroalimentario convencional y contar con una representación organizativa que les permita movilizar diferentes tipos de capitales. Es decir, las RAA se han adaptado a las capacidades de los diferentes territorios. Sin embargo, requieren para su sustentabilidad de la interacción con otros actores gubernamentales y no gubernamentales y de la utilización de los diferentes tipos de capitales que poseen sin perder su autonomía organizacional. De esta forma constatamos que la respuesta a la pregunta de investigación es afín y coherente a la hipótesis propuesta.

Agradecimientos

Agradezco a Dios y a mi familia, a mi madre y mi padre por siempre confiar en mí e impulsarme a ser cada día la mejor versión de mí.

Agradezco a la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO, sede Ecuador y al Estado Ecuatoriano por la oportunidad de realizar mis estudios de maestría y por la beca con la que fui favorecida.

Agradezco a mi tutora de tesis por haberme inmerso en el mundo de las Redes de Alimentación Alternativa y por ser una gran guía en este proceso.

A todos los integrantes de FOCAZNOM, ASOPROMAN, ASOPROCOFFE, AGROTABUGA, TIERRA BELLBAUM-RANCHO MILA, por haber sido parte de esta investigación y por mostrar su apoyo a lo largo de toda la investigación y mostrar su mano amiga en cada paso. A mis amigas muy queridas de FOCAZNOM, Josefa y Glynis por brindarme siempre su apoyo.

A todas las personas que han colaborado con esta investigación y los lectores que contribuyen con sugerencias muy importantes.

A mis amigos: Yaromi, Vanessa, Lizeth, Belkis y Gustavo y mis hermanos: Andrea, Deivon y Benedy por brindarme su apoyo incondicional y motivarme a cumplir este sueño.

Introducción

La presente investigación estudia la territorialización de Redes Alternativas de Alimentación (RAA) en la provincia de Manabí. El estudio se enmarca en el debate teórico de la sociología de la alimentación, la sociología rural y los estudios agroalimentarios. En esta investigación nos interesa conocer si las RAA en la provincia se están territorializando de forma exitosa, a que desafíos se enfrentan, que estrategias desarrollan en el territorio y a que prácticas se les atribuye su éxito o declive. Para cumplir con este fin se identifican y caracterizan las Redes Alternativas de Alimentación (RAA) en la provincia de Manabí, describiendo su funcionamiento, forma de articulación y pilares principales de dichas redes en el territorio de acuerdo con las recomendaciones de varios estudios (Stedile y Martins de Carvalho 2011).

Las RAA se presentan a nivel mundial como potenciales alternativas al sistema agroalimentario dominante. Las RAA que han sido estudiadas por autores como Hughes (2005) que las concibe como geografías optimistas que apuntan a la relocalización de la producción, distribución, comercialización, consumo y de la economía misma, tienen también como características el alejarse del sistema agroalimentario dominante. Desde la perspectiva de la Vía campesina y la Soberanía Alimentaria la relocalización apunta a redefinir las relaciones agroalimentarias produciendo alimentos de forma local, bajo los principios de la agroecología, en manos de pequeños y medianos productores familiares, que se comercialicen de forma local en mercados equitativos, y que estas relaciones permitan que los/as productores/as campesinos/as tengan una vida digna y los consumidores puedan acceder a productos sanos a precios razonables (Craviotti, Viteri y Quinteros 2021).

En general en este debate existen dos líneas bien marcadas de literatura alrededor de las RAA. Estas son propuestas por los intelectuales norteamericanos y europeos. La primera se centra en las redes como organizaciones con capacidad de crear cambios estructurales en contraste al sistema dominante. La segunda que las concibe como un medio para conseguir un desarrollo rural alternativo como respuesta al sistema dominante desde lo local (Goodman 2003). En relación con la literatura norteamericana Di Masso (2015, 43) considera a la “alimentación como un acto político y las redes alimentarias alternativas como una oportunidad de transformación de las relaciones de poder en el sistema agroalimentario, una herramienta de empoderamiento”.

Entre las contribuciones de estas redes al territorio podemos identificar que la articulación de ellas propicia la reconexión entre las personas que producen los alimentos con quienes los adquieren y consumen, la reconexión con el lugar, la relocalización de los productos agroalimentarios, el reencastamiento de las actividades y la reterritorialización de la economía.

La provincia de Manabí posee un alto potencial productivo para satisfacer todas las necesidades de alimentación de su población. Sin embargo, gran parte de su producción no se destina para este fin. La producción agrícola se vende a empresas de elaboración de alimentos procesados y para comercio alimenticio fuera de la provincia. Siendo estas algunas de las razones por las cuales, a pesar de tener la mayor superficie cultivable del país, la provincia presenta los índices más altos de enfermedades relacionadas con la alimentación. De acuerdo con datos del Ministerio de Salud Pública (MSP) en enero del 2019 esta provincia ocupó el puesto número uno en desnutrición aguda y según el Ministerio de Inclusión Económica y Social en el 2013, la desnutrición crónica en los niños alcanzó el 19%. La situación no es diferente en relación con el sobrepeso y obesidad (INEC 2018; MSP 2019; MIES 2013).

En el sistema agroalimentario actual (SAA) la distribución al por menor está en manos de oligopolios. Como consecuencia de este acaparamiento resultan problemas sociales como concentración del poder de mercado, concentración de la producción alimentaria y afectación de la proximidad entre consumidor y productor (Espinosa y Zuluaga 2015).

Esta información se corrobora con investigaciones previas que analizaron la evolución del sistema agroalimentario vigente, así como el surgimiento de la soberanía alimentaria como una alternativa en el Ecuador. El sistema agroalimentario ha estado en constante transformación, lo que ha provocado una gran especialización en la producción de alimentos, pero sobre todo como materia prima para la exportación y para la producción de alimento para animales (León Vega 2018).

En concreto, se evidencia que las formas de producción, distribución, comercialización y consumo del sistema agroalimentario dominante provocan un doble desarraigo. Por un lado, la producción agrícola, cada vez más industrializada, homogenizada y globalizada, ha perdido sus particularidades territoriales y su vínculo sociocultural. Por otro lado, el consumidor ha perdido nexos de proximidad espacial, cultural y estacional con los alimentos que consume. En contraste al sistema agroalimentario dominante, han surgido y se han consolidado distintas

formas de agricultura alternativa que responden a un proceso de (re-)territorialización. Estas formas alternativas conllevan, a que los distintos actores que participan y están vinculados a los alimentos, a su modo de producción y su localización entretejan “sentimientos de pertenencia, apropiación e identidad colectiva” (Ramírez García, Mancha Cáceres, Canto Fresno 2016, 642).

Frente a esta situación, Luis Páez (2016) plantea las acciones llevadas a cabo por la agroecología y los grupos que lideran este proceso como una alternativa a la globalización alimentaria y una contribución para lograr la soberanía alimentaria. Por esta razón, las Redes Alternativas de Alimentación (RAA) se presentan como opción viable a la realidad del Sistema Agroalimentario (SAA) actual y dominante.

En Manabí nacen los procesos agroecológicos y los CIALCOS desde la década de 1980 con la participación de ONG's en el territorio y como respuesta a las crisis ambientales y sociales suscitadas en la década de 1990. En la década de 1980 se comenzaron a desarrollar en la provincia algunas iniciativas agroecológicas impulsadas desde programas de investigación de técnicas agroecológicas de producción desde una visión comercial. Estos programas los desarrollaron FUNDAGRO, la Universidad Técnica de Manabí y la fundación PROBIO formando parte de la primera etapa de constitución de la agroecología en el Ecuador (Gortaire, 2016).

En la década de 1990, el fenómeno del niño azotó a la provincia causando graves daños en la producción agropecuaria. El sector cafetero fue uno de los sectores más afectados por este fenómeno, con la pérdida de su producción y con la caída del precio de este producto. Este acontecimiento afectó a un gran número de familias campesinas que perdieron la mayor parte de la producción y productividad de sus fincas. Este evento visibilizó la necesidad de los productores campesinos de organizarse para contar con asociaciones que respalden sus intereses, para contar con ayuda mutua y de terceros. En esta misma década, por los eventos citados, tomó forma la propuesta de producción orgánica y agroecológica impulsada desde la Unión Provincial de Organizaciones campesinas de Manabí UPOCAM, con el apoyo de fundación HEIFER Ecuador y la fundación María Luisa Gómez de la Torre. En 1993, El Programa Nacional de Desarrollo Rural (PONADER) del entonces Ministerio de Bienestar Social intervino con técnicas agroecológicas y de agricultura sostenible en algunos cantones de Manabí como Jipijapa y Paján. Con estos acontecimientos la provincia formó parte de la segunda etapa en la constitución de la agroecología en el Ecuador (Gortaire, 2016).

La investigación de esta problemática en la provincia de Manabí se realizó con el interés de conocer cómo se están desarrollando y consolidando las redes de productores y consumidores en el territorio, a que desafíos se enfrentan, que estrategias asumen y del mismo modo, conocer que factores o prácticas les están permitiendo territorializarse exitosamente. Para este fin, es necesario caracterizar el funcionamiento de las iniciativas agroalimentarias alternativas como Circuitos Alternativos de Alimentación, para después conocer si estas se consolidan como Redes Alternativas de Alimentación en la Provincia.

Los sistemas agrícolas en la provincia de Manabí sobre los que se asienta la agroecología, los CIALCOS y las RAA son la finca montubia y los ecosistemas del manglar. En la zona de estudio el sistema predominante es la finca montubia. Este sistema lo podemos definir como un sistema diversificado de producción agrícola. La finca montubia integra la crianza de animales con cultivos tradicionales como cacao, guineo, yuca, plátano, café, árboles frutales, forestales y hortalizas. Este sistema está integrado tradicionalmente por tres subsistemas: las albarradas, que son humedades artificiales que se utilizan en las zonas secas para consumo humano y para riego; las eras que son huertas altas que son construidas muy cerca de las casas en las que se cultiva legumbres, hortalizas y plantas medicinales; y la finca como sistema integrado por los cultivos y los subsistemas mencionados (Gortaire 2016, 21).

A pesar de contar en la provincia con este conocimiento ancestral sobre una producción diversificada y de agricultura sostenible, la revolución verde desencadenó grandes transformaciones en las formas de producción de alimentos. Esto significó el paso de una agricultura tradicional diversificada a una agricultura industrializada, basada en la producción en masa, la alta especialización (monocultivos) y la dependencia de un sinnúmero de productos fitosanitarios y semillas mejoradas. De forma paralela también significó la separación entre productores y consumidores. El esparcimiento del modo de producción industrial dio paso al sistema agroalimentario (SAA) actual “bajo el predominio del sistema capitalista de maximización de beneficios y minimización de costes” (Barriga 2016, 5).

Este sistema de producción se implantó bajo la idea de que el hambre y desnutrición en el mundo es provocada por la falta de alimentos (productividad), desestimando la verdadera causante de este problema, la inadecuada distribución de los recursos y los alimentos, es decir el acceso a la alimentación. Este nuevo escenario de producción, distribución y consumo de alimentos dejó en evidencia las claras relaciones de poder existentes en este sistema. En este proceso, se posiciona como el eslabón más relevante, el imperio de la mega distribución, por

la concentración del poder de decisión. Este sistema supermercadista provoca desempoderamiento y asignación de nuevos roles a los productores y consumidores de la cadena agroalimentaria (Barriga 2016, 5; Di Masso 2012).

Los agricultores, al no estar organizados y al tener dificultades para el acceso a recursos para una producción más autónoma, se ven obligados a producir productos estandarizados para la industria agroalimentaria y materia prima para la elaboración de alimentos para animales, bajo modelos productivos dependientes de paquetes tecnológicos (Calle Collado, Soler Montiel y Rivera Ferre 2010). Los consumidores, al no considerar la alimentación como una prioridad se adaptan a consumir los productos ofertados por grandes cadenas de distribución que en su gran mayoría son productos ultraprocesados. Al participar en dichas cadenas, las relaciones personales entre productores y consumidores se disminuyen por completo, al igual que las responsabilidades mutuas, dejando importantes decisiones sobre qué, cómo, dónde y para qué producir y consumir en manos de cadenas agroalimentarias de gran intermediación y transformación industrial (Calle Collado, Soler Montiel y Rivera Ferre 2010).

Es decir, el sistema agroalimentario dominante actual atenta contra la soberanía alimentaria,¹ sin olvidar que a la fecha no ha logrado disminuir el hambre y la malnutrición en el mundo, por el contrario, han aumentado los problemas relacionados con la malnutrición como la desnutrición, el sobrepeso y la obesidad (Calle Collado, Soler Montiel y Rivera Ferre 2010).

En la provincia las empresas agroindustriales cooptan gran parte de la superficie cultivable en la producción de alimentos estandarizados, producción de alimentos para animales, monocultivos de productos agrícolas no tradicionales y tradicionales para la exportación. Estas dinámicas conllevan a que la producción agrícola sea cada vez menos diversificada, ya que los productores agrícolas optan por cultivos de alta demanda en masa. Específicamente, en Manabí la mayor parte de superficie de producción agrícola está destinada al cultivo de maíz duro y otros productos, que son vendidos como materia prima para la elaboración de alimento animal (Almeida 2017).

¹ La Soberanía Alimentaria (SbA) es el derecho de los pueblos a tener una alimentación suficiente, nutritiva y culturalmente acorde a sus necesidades y conjuntamente el derecho de poder de definir sus propios modelos productivos locales, en el que se incluye el enfoque agroecológico, el acceso a mercados justos, y sus propias políticas agrarias y alimentarias. (Martínez Castillo 2010, 647; La vía campesina 2003; Gordillo y Mendez 2013; Waldmueller, y Rodríguez Avalos. 2015; Ferguson Bruce et al. 2009).

Frente a esta situación, surgen iniciativas que plantean prácticas de producción y de consumo basadas en la agricultura familiar, campesina y agroecológica, que propician el establecimiento de relaciones directas y una cercanía espacial y afectiva entre los actores, como alternativas a las cadenas de intermediación. Se trata de alternativas al sistema agroalimentario dominante que es el responsable de muchos problemas actuales en materia de salud pública (Alteri y Nicholls 2010; Rivera Bilbao 2001; Sámano Rentería 2013; Sevilla Guzmán 2006; Sevilla Guzmán y Graham Woodgate 2013).

Las prácticas como los circuitos alternativos de comercialización, las prácticas agroecológicas, la reconexión entre productores campesinos y consumidores que se engloban en las Redes Alternativas de Alimentación (RAA), hacen posible que los actores tengan prácticas alimentarias más responsables y saludables (León Vega 2018; García Rocés y Soler Montiel. 2010; Reina Usuga 2016).

Manabí es un territorio de mucha producción, que cuenta con la mayor superficie cultivable del país, que tiene el mayor número de cabezas de ganado, casi un millón, que tiene alta participación en la producción de camarón y banano, que son dos de los productos más exportados, que cuenta con una gastronomía rica y variada, pero en contraste también es un territorio que tiene unos índices altísimos de pobreza, de desigualdad social, índices altísimos de desnutrición y mal nutrición. Esto se debe a que la mayoría de los productores no están organizados, a que esta producción está basada en circuitos largos con alta intermediación, a que esta producción es altamente dependiente de agroquímicos, a que está destinada mayormente para la elaboración de alimentos para animales y para la alimentación fuera de la provincia.

Por un lado, el modo de producción y comercialización en circuitos largos implantando desde la revolución verde por el SAA no ha contribuido a disminuir el hambre y la malnutrición, más bien ha contribuido a aumentar las desigualdades, ya que la verdadera causante de estas problemáticas no es la falta de alimentos es la mala distribución de los recursos (Reina Usuga 2016).

Por eso necesitamos en los territorios el desarrollo de circuitos alternativos cortos que sean estables y que se armen en RAA que apuestan a reactivar la producción familiar diversificada, libre de agroquímicos, que apunten a la reconexión entre el productor y el consumidor y la redistribución de los recursos en la cadena de valor hacia los productores. Por eso en este

estudio se propuso identificar los CIALCOS en la provincia, y de ellos, cuales están formando redes, para posteriormente determinar cuáles son los mecanismos que ayudan a que estas redes se desarrollen y territorialicen.

Por otro lado, los CIALCOS y las RAA apuestan a reactivar la producción familiar diversificada, libre de agroquímicos a través del relacionamiento directo entre productores, consumidores y otros actores que son parte de dichas redes. En tal razón esta investigación propone centrarse en el papel que juegan los Circuitos Alternativos de Comercialización y sus diferentes actores para lograr la territorialización de las Redes Alternativas de Alimentación en Manabí. Para articular estas interrogantes proponemos la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo ocurren y de qué dependen los procesos de territorialización de las diferentes RAA en la provincia de Manabí? Esa pregunta parte de un reconocimiento de que la formación de RAA es específica al territorio por lo que apela a un estudio de las dinámicas que siguen los CIALCOS para formar redes que les permitan territorializarse.

Puesto que los espacios convencionales de comercialización se caracterizan por un distanciamiento entre los actores proponemos que, en las redes alternativas, los espacios de mayor influencia para la territorialización son aquellos en los que los productores y consumidores se encuentran cara a cara, y donde se generan y fortalecen las relaciones de cercanía espacial, afectiva y cultural. Planteamos como hipótesis que: los procesos de territorialización de las RAA de la provincia de Manabí dependen de la forma en que estas logren articular, fomentar y fortalecer los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS), mediante el fortalecimiento de su capital social, sus relaciones y espacios de encuentro de relacionamiento directo para el intercambio de bienes, servicios, conocimientos y saberes entre los diversos actores.

Las RAA en la provincia nacen, por un lado, de la necesidad de los productores de contar con espacios que les permitan vender sus productos de forma directa y obtener mayor retribución por ellos, de la necesidad de contar con redes de ayuda mutua, y como forma de resistencia al sistema agroalimentario dominado por las transnacionales y la gran distribución. Por otro lado, por la demanda de los consumidores responsables de contar con alimentos locales, frescos, libres de químicos y con garantía de calidad.

En el marco del debate teórico de la sociología de la alimentación, la sociología rural y los estudios agroalimentarios, la investigación fue de tipo cualitativo, en la que se aplicaron

fichas de identificación, entrevistas semiestructuradas a actores claves como productores, comerciantes y líderes de organizaciones campesinas y ONG, y se llevó a cabo observación participante en las ferias, lugares de encuentro, y fincas. La muestra fue no probabilística y el tamaño de la muestra se determinó por el principio de saturación.

En la investigación de campo uno de los obstáculos que se presentó fue el confinamiento por la pandemia del COVID-19, lo que suspendió las ferias y limitó el acceso a las fincas. El contexto de la pandemia transformó las prácticas y redefinió sus estrategias para adaptarse a esta nueva realidad. En este sentido, también nuestras estrategias de investigación y objetivos se adaptaron a este contexto.

Como se menciona en un inicio la presente investigación se realiza alrededor del debate teórico de la formación de redes alimentarias alternativas desde las disciplinas de la sociología de la alimentación, la sociología rural y los estudios agroalimentarios. En base a este debate planteamos la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo ocurren y de qué dependen los procesos de territorialización de las diferentes RAA en la provincia de Manabí?

Para responder a esta interrogante planteamos la hipótesis de que los procesos de territorialización de las RAA de la provincia de Manabí dependen de la forma en que estas logren articular, fomentar y fortalecer los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS), mediante el fortalecimiento de su capital social, sus relaciones, espacios de encuentro de relacionamiento directo para el intercambio de bienes, servicios, conocimientos y saberes entre los diversos actores. Puesto que los espacios convencionales de comercialización se caracterizan por un distanciamiento entre los actores proponemos que, en las redes alternativas, los espacios de mayor influencia para la territorialización son aquellos en los que los productores y consumidores se encuentran cara a cara, y donde se generan y fortalecen las relaciones de cercanía espacial, afectiva y cultural.

El objetivo general propuesto para esta investigación es:

Identificar los procesos de territorialización de las diferentes Redes de Alimentación Alternativa (RAA) en la provincia de Manabí.

Para cumplir el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos:

Primero. Identificar y caracterizar los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS)

Segundo. Describir en detalle el funcionamiento de las Redes Alternativas de Alimentación (RAA).

Tercero. Identificar las prácticas mediante las cuales las Redes Alternativas de Alimentación (RAA) se están territorializando.

Para dar respuesta a la interrogante planteada, y cumplir con los objetivos de investigación se organizó la tesis en cuatro capítulos. En el primer capítulo se presenta la teoría que nos sirvió como base para la investigación, un breve estado del arte de los estudios realizados en esta temática, y la metodología de investigación. En el tercer capítulo se identifican y caracterizan los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS). En el cuarto capítulo describe el funcionamiento de las Redes Alternativas de Alimentación (RAA). Por último, en el quinto capítulo se presentan las prácticas mediante las cuales las Redes Alternativas de Alimentación (RAA) se están territorializando. La tesis finaliza con las conclusiones del estudio.

Capítulo 1. Teoría, antecedentes y metodología

Este capítulo lo dividimos en dos secciones. En la primera se exponen los conceptos claves para desarrollar los objetivos de esta investigación. El concepto de Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS); el debate alrededor de las Redes Alternativas de Alimentación (RAA) y la noción de territorio utilizada en este estudio, también se presenta un breve estado del arte de investigaciones alrededor de esta temática. En la segunda sección se presenta la estrategia metodológica.

1.1. Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS)

En esta investigación nos hemos propuesto caracterizar los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS) que se desarrollan en la provincia de Manabí. Para cumplir con este fin fue necesario tener una definición clara de este concepto y contar con indicadores para operativizarlo. Existen muchas definiciones alrededor de los CIALCOS, ya que es un concepto muy vasto con múltiples usos. En la literatura consultada se destacan dos perspectivas teóricas. La primera, que estudia a los CIALCOS como un catalizador del desarrollo rural. En este caso, el enfoque es el papel dinamizador en el ámbito económico, productivo y social. La segunda, analiza a los CIALCOS desde su potencial transformador de las estructuras agroalimentarias y en este caso el consumidor consciente tiene un rol central.

Tomando en cuenta las premisas descritas se diferencian tres formas distintivas de los CIALCOS de acuerdo con el nivel de distribución. La primera, que se realiza *sin la intervención de intermediarios*; la segunda, se lleva a cabo *con un único intermediario*. Por último, se distingue un tercer nivel de distribución el que se da a nivel nacional e internacional por medio de *denominación de origen*. El último nivel expuesto no se lo consideró porque para nuestro estudio es primordial la proximidad territorial (Marsden et al. 2000; Renting et al. 2003; Reina Usuga 2016).

Como se menciona en párrafos anteriores, los CIALCOS tiene amplias definiciones, pero la mayoría de los autores comparten la idea de que estos sistemas se desarrollan con los principios de venta directa o máximo un intermediario, proximidad espacial, lazos de confianza y solidaridad (Ranaboldo y Arosio 2016).

Desde esta perspectiva, Los CIALCOS están contruidos bajo iniciativas de movimientos agroecológicos y movimientos campesinos. Los primeros predominan en los países denominados desarrollados y los segundos predominan en los denominados países en desarrollo. En el caso de Ecuador, en la región sierra las RAA se ven promovidas tanto desde los movimientos indígenas campesinos y como los movimientos agroecológicos conformados por consumidores responsables y productores. En la costa ecuatoriana las organizaciones que lideran estos procesos son en mayor medida los movimientos campesinos (Reina Usuga 2016).

Para caracterizar los CIALCOS los siguientes criterios son centrales, 1) el tipo de organización o iniciativa y los miembros que la componen, ya que estas organizaciones pueden ser de consumidores, de productores o mixtas. 2) Factores que incidieron en la conformación de las iniciativas, en este criterio se hace presente el interés en la procedencia de los alimentos por parte de los consumidores, el interés de mayores ingresos por parte de los productores por lo que conciben necesario organizarse. 3) Tipos de circuitos utilizados que pueden ser circuitos directos e indirectos. Directos cuando se realiza directamente al consumidor final e indirectos cuando se lo realiza por medio de una cooperativa, asociación centro de acopio de los productores . 4) Tipo de productores involucrados y prácticas productivas. 5) La regularidad de las reuniones de sus miembros. 6) Tipo de consumidores. 7) Seguridad en la venta de la producción. 8) Apoyo externo, el rol de las instituciones públicas y privadas como actores en el funcionamiento de las redes. 9) La periodicidad de las ferias o venta de sus productos. 10) Beneficios logrados. Por último, 11) los procesos que garantizan la calidad de sus productos, estos procesos en gran parte de las iniciativas pertenecientes a la RAA buscan formar un Sistema Participativo de Garantías en base a las relaciones establecidas entre los productores y consumidores como alternativa a las certificadoras hegemónicas. 8) Beneficios logrados (Craviotti y Soleno Wilches 2015).

1.2. Redes Alternativas de Alimentación (RAA)

La globalización alimentaria aumenta con gran rapidez, de igual forma surgen emergentes RAA. Los consumidores buscan una alimentación más saludable, de calidad y restablecer vínculos con los alimentos y las personas que los produce. Las RAA son muy heterogéneas, y están promovidas por un conglomerado de actores diversos y con impactos diversos en el sistema agroalimentario. El límite entre lo que se define como alternativo y convencional en

la alimentación es muy dinámico al igual que la ciencia de lo social que se mantiene en constante cambio (Di Masso 2012; Latour 2008).

El estudio de las RAA se ha venido abordando principalmente desde tres escuelas del pensamiento. La política económica, la sociología rural y la geografía económica. En su estudio, la política económica, además de considerar a los productores y consumidores como actores, también los considera como actores políticos con poder de exigir precio justo y alimentos de calidad. En paralelo analiza las desigualdades que se generan en el ámbito de las RAA como es el acceso diferenciado a los espacios de comercialización de productos. También aborda el estudio de las RAA desde el punto de vista del proteccionismo a las economías locales denominado “localismo defensivo” (Di Masso 2012).

La segunda, la sociología rural, analiza las RAA a partir del vínculo entre productores y consumidores, la práctica de compra directa y las relaciones de solidaridad y confianza que se construyen entre los actores. La última, la geografía económica, analiza la formación de redes en el territorio desde todas sus esferas considerando los aspectos sociales, económicos, culturales, históricos e institucionales (Simoncini 2015; Barriga Velásquez 2016).

Tomando en consideración los puntos mencionados en el párrafo anterior, la literatura sobre las RAA se enmarca en dos corrientes de investigación bien marcadas, la europea y la norteamericana. Por un lado, la línea europea concibe a las RAA como una forma de desarrollo desde lo local. Por el otro, la línea norteamericana le atribuye a las RAA un poder transformador de las estructuras del sistema agroalimentario dominante. De forma paralela se distingue entre RAA fuertes y débiles. La primera, encaja en un enfoque transformador de las formas dominantes en el ámbito agroalimentario y las segundas, en formas pensadas desde las localidades en búsqueda de promover su desarrollo endógeno. La línea de investigación europea se centra en la investigación de las RAA sobre el debate público de la soberanía alimentaria, enfocando su estudio para apoyar la formulación de política pública en ese ámbito. Los pensadores de las RAA en Europa las ven como un nuevo paradigma de desarrollo rural (Di Masso 2012).

Los estudios anglosajones desarrollados alrededor de las RAA colocan al mercado en una posición determinante en las relaciones comerciales. Estas están cargadas de valores individualistas y mercantilistas en el proceso, desde la producción de alimentos hasta el consumo. En esta corriente de investigación los estudios se centran en la producción, dejando

en segundo plano la comercialización y considerándola sólo como una forma de ganar valor agregado. En este sentido no se toma en cuenta el rol del consumidor, sus intereses no económicos y potencial transformador. En este enfoque se hace un análisis más economicista dejando a un lado las relaciones no económicas gestadas que producen transformaciones tanto dentro como fuera del mercado como relaciones de solidaridad y confianza (Ruiz Osoro 2013).

En relación con lo antes mencionado, las críticas a esta perspectiva apuntan a superar este enfoque individualista y economicista, por lo que sugieren incluir en análisis criterios: sociales, políticos, culturales, ambientales, de salud, éticos y valores inmersos en estas dinámicas, adicionalmente a las derivadas del intercambio comercial. En este sentido, la fijación de los precios de los productos de las redes es resultado de mucho más que “la mano invisible del mercado”. En ella, están inmersos múltiples criterios que buscan un consenso para que el productor sea verdaderamente retribuido por su trabajo, pero, que al mismo tiempo sean productos accesibles al consumidor, y no solo a un nicho exclusivo del mercado, es decir, se busca la democratización de la alimentación. De forma paralela, los críticos sugieren que en todo su proceso se consideren criterios de sustentabilidad ambiental, y del poder transformador de las estructuras agroalimentarias que poseen tanto el consumidor como el productor.

Las RAA de acuerdo con Goodman *et, al* (2012) pueden adoptar dos estructuras. La primera, redes de autoconsumo como huertos colectivos y huertos urbanos. La segunda, expresada en el intercambio comercial de alimentos en las que participan productores y consumidores y actividades afines como intercambio de productos. Esta última se traduce en diferentes espacios de encuentro que propician estas actividades como ferias agroecológicas, mercados de productores enmarcados en los CCC (Reina Usuga 2016).

Existen diversas formas en las que se visibilizan las RAA, entre las más destacadas en la literatura están las figuras geográficas de calidad, certificación de alimentos, alimentos agroecológicos, agricultura familiar campesina, agricultura comunitaria, canastas de alimentos, huertos familiares, huertos urbanos, mercados campesinos, ferias orgánicas, ferias agroecológicas, ferias campesinas, venta de alimentos locales, comercio justo, comercialización y producción enmarcada en la economía social y solidaria (Sánchez Hernández 2009).

Entre las características que hacen alternativas a las redes alimentarias está la relocalización que involucra la reconexión entre productor y consumidor, redistribución de la cadena de valor y de las ganancias en la misma, revalorización de los alimentos en el contexto nutricional y social bajo la idea de calidad y localidad.

Comparando los diferentes enfoques desde los que se estudia a las RAA, en la presente investigación abordaremos a las RAA como interconexiones que se establecen entre diferentes actores alrededor de la alimentación. De la misma forma como una emergente alternativa al sistema agroalimentario (SAA) dominante que se caracteriza por la producción industrial, intensiva, homogénea, con alta dependencia de insumos externos y des territorializada.

Las RAA comprenden indeterminadamente a iniciativas, personas, grupos y redes de personas organizadas que comparten cierta forma de hacer las cosas y cierto modo de vivir. Estas relaciones sociales y económicas se entrelazan a partir de la cooperación con el fin de buscar el bien común. En este sentido, un punto en común que comparten los miembros de estas redes es el cuestionamiento y rechazo a las prácticas que estructuran el sistema agroalimentario dominante.

Entre los factores determinantes en el éxito de las RAA de acuerdo con Francois (2000) están la presencia de capital social, mantener la calidad de los productos y existencia de consumidores conscientes.

1.2.1. Dimensiones de Las Redes Alternativas de Alimentación (RAA)

De la lectura de las investigaciones realizadas alrededor de esta temática podemos distinguir cinco dimensiones que permiten entender el funcionamiento de las RAA. La dimensión espacial, relacional, funcional, económica, política y ambiental (Noel et al., 2019).

La *dimensión espacial*, se fundamenta en un acortamiento de distancia, que implica un acercamiento geográfico entre el consumidor y productor. En esta dimensión se hace referencia a lo "local", con la idea de una distancia recorrida por el producto más corta, la cual puede ser ponderada por el tiempo o costo del transporte y por la percepción que los individuos tienen de esta distancia. En este sentido, de acuerdo con Chaffote y Chiffolleau (2007) para definir un circuito corto no se debe exceder los 80 km entre producción y venta.

La *dimensión relacional*, se establece en función del intercambio directo, o máximo un intermediario que bajo la lógica de la similitud permite captar las condiciones bajo las cuales se construye la confianza, reciprocidad, la diferenciación del producto para fortalecer el proceso de intercambio. La dimensión relacional se aborda desde dos lógicas: la de pertenencia y la de semejanza (Pralya, Cécile et al. 2014).

La lógica de pertenencia se manifiesta cuando los actores se entrelazan mediante el sentido de apropiación a una misma organización, facilitando la interacción entre ellos. La semejanza está ligada a la cercanía de actores que comparten un sistema común de representaciones, valores y creencias. Estas dos lógicas que se llevan a cabo en esta relación directa llevan a construir la confianza construida sobre un conjunto de valores compartidos (Pralya, Cécile et al., 2014).

Al igual que lo mencionado en el párrafo anterior, el menor número de intermediarios es favorable para el circuito ya sea en términos de distribución de la plusvalía para productores y consumidores, o en términos de gobernabilidad a través de mejores autonomías (Pralya et al. 2014; Herault-Fournier et al., 2012). También desde la dimensión relacional se busca fomentar acciones de información-comunicación- sensibilización como festivales, capacitaciones, formación de productores, los intercambios, promover los saberes locales. Los miembros de la red comparten un sistema de valores comunes como práctica identitaria.

La *dimensión funcional*, apunta a la correcta entrega del producto del productor a los consumidores a través de los distintos actores del sistema. En esta dimensión están incluidas estrategias como el comercio electrónico, tiendas virtuales, canastas entre otras. Entre las estrategias de innovadores de distribución de los productos están: entrega de canastas a domicilio, tiendas virtuales y servicios tradicionales que se dan en base a la proximidad geográfica como venta directa en la finca, puntos de venta organizacionales, ferias, mercados (Pralya, Cécile et al., 2014).

La *dimensión económica*, podríamos definirla como una valoración adicional percibida por el productor, resultado de la relación de “proximidad” entre productores y consumidores, que se basa en la forma en la que se genera el valor añadido y el reparto en el circuito. Esta dimensión se nutre de las dimensiones anteriores, de la dimensión funcional en la reducción del número de intermediarios y por tanto mejor distribución del margen de ganancia; de la proximidad geográfica en la reducción los costos logísticos; de la dimensión relacional

mediante la lógica de semejanza entre consumidores y productores defendiendo los valores de equidad, compromiso recíproco, construcción de una calidad compartida. Por tanto, consideraremos la dimensión económica de los Circuitos Alternativos de Comercialización como la forma de potenciar las características del circuito. Indicadores importantes en esta dimensión son el precio y el comercio justos.

El precio justo es definido como el valor monetario que compensa el trabajo y tiempo invertido por las partes por un bien que se intercambia. Existen dos aristas del precio justo: el precio justo natural y el precio justo legal. En la teoría de precio justo natural, el origen del valor recae exclusivamente en la estima que las personas les conceden a las cosas debido a su necesidad. “El precio justo de los alimentos debe, por un lado, cubrir costos sostenibles de producción y asegurar a las familias campesinas ingresos suficientes para vivir dignamente y enfrentar posibles riesgos derivados del propio proceso productivo y del comportamiento del mercado, pero por otro, debe también garantizar a la población el acceso a alimentos sanos, seguros y suficientes” (MAG 2012,10).

En la *dimensión ambiental*, se manifiestan las prácticas agroecológicas campesinas desde el punto de vista ecológico-productiva. La agroecología es una forma de producción que busca diversificar la producción con prácticas sustentables, busca la sinergia entre todos los componentes del agroecosistema. Su fin es que las prácticas de producción y abastecimiento de productos agrícolas no mermen los ecosistemas. Estas prácticas comprenden la producción de los propios insumos, asociación de cultivos y rotación de cultivos (Cerrada Serra 2019). También se incluyen las prácticas artesanales donde se manifiesta el predominio de la mano de obra humana y el fomento de la educación ambiental en sus territorios (Noel et al 2019).

La *dimensión política* incluye la coordinación entre actores, el poder de decisión que tienen los actores locales en el territorio, el poder sobre las esferas del territorio, la incidencia que tienen en el marco de las políticas públicas y su participación en movimientos campesinos nacionales e internacionales (Prallya, Cécile et al., 2014).

1.3. Territorio: un espacio en construcción

Para esta investigación, es trascendental considerar la perspectiva territorial en el estudio de las RAA. En la cuestión alimentaria, las estrategias que asumen los diferentes actores se dan en función de las limitaciones y potencialidades característicos de cada territorio. De tal

forma, se considera al territorio como algo más que un espacio físico que provee de insumos. En este sentido, al territorio lo podemos definir desde una perspectiva crítica, como una construcción social que resulta de la participación y de las constantes relaciones de poder en un tiempo y espacio determinado entre los actores (Guattari y Rolnik, 1986: 323; Haesbaert, 2004; Herner 2009).

A partir de la teoría de la economía de las prácticas sociales, en el territorio se integran factores económicos, geográficos y factores no económicos que impulsan los actores a organizarse con estrategias cooperativas e individuales en base a prácticas culturales y sociales. Bajo esta premisa Martínez Valle (2012, 13) sostiene que “tres términos... son recurrentes en la noción de territorio: construcción-cooperación-apropiación. Son precisamente los actores sociales quienes construyen un territorio, para lo cual deben cooperar a fin de implementar proyectos colectivos y apropiarse de los recursos no solo naturales, sino también culturales (identitarios) y sociales existentes en el espacio” (Martínez Valle 2012).

El territorio es “un espacio pluridimensional que se construye a partir de una base económico-productiva determinada y de las estrategias desplegadas por los actores ya sea en forma individual o colectiva”. (Martínez Valle 2012, 13; Riaño Pulido y Salazar Beltrán 2009). Desde el concepto de Bourdieu de campo social, el territorio es un campo de fuerza en el cual los actores sociales implementan estrategias para mantener su posición en el campo o para cambiarla por una más favorable. Las estrategias implementadas por estos actores pueden ser cooperativas o competitivas. Al equiparar el concepto de campo social propuesto por Bourdieu al de territorio se puede analizar y representar las estrategias que implementan los diversos actores en función de los diversos capitales que poseen y de la combinación de estos. Estos tipos capitales son económico, social, simbólico y cultural (Martínez Valle 2012). Es importante destacar que en la dinámica social y de acuerdo con la teoría de la economía de las prácticas sociales en las que intervienen el campo, el capital (en sus diferentes variantes) y el habitus; un tipo de capital se puede transformar, bajo ciertas condiciones en otro tipo de capital como resultado de la dinámica social (Cerón Martínez 2019).

1.3.1. Tipos de capitales

A continuación, se presentan los tipos de capitales que se abordarán como parte del marco teórico.

1.3.1.1. Capital económico

El capital económico se refiere a los recursos económicos y materiales que posee un sujeto, que comprenden los bienes que pueden ser fácilmente convertidos en dinero. En este tipo de capital se incluyen los factores de producción y los recursos económicos. Los factores de producción son el trabajo, las tierras y fábricas. Los recursos económicos son el patrimonio, los bienes y el dinero (Cerón Martínez 2019).

1.3.1.2. Capital cultural

El capital cultural, tiene tres aristas, capital cultural institucionalizado, incorporado y objetivado. El capital cultural institucionalizado se refiere a la formación formal de los sujetos que se cristaliza por las certificaciones otorgadas por instituciones. Este capital legitima el capital incorporado. El capital incorporado, que se refiere a los saberes heredados, conocimientos y habilidades incorporados al sujeto y también a la inteligencia emocional y los valores adquiridos. El capital objetivado, se refiere a los objetos que tienen un valor cultural, bienes culturales, del que se puede hacer uso al contar con el capital incorporado (Bourdieu 2001).

1.3.1.3. Capital Simbólico

El capital simbólico corresponde al prestigio en la sociedad. Este capital depende de la acumulación de los otros capitales, entre más capital económico, cultural y social se posee mayor será el capital simbólico. El capital simbólico es el que produce poder y violencia simbólica (Bourdieu 2001).

1.3.1.4. Capital Social

El capital social es la red de vínculos que está en constante construcción, de carácter duradero y útil para proporcionar beneficios materiales y simbólicos. Recursos que se establecen en función a la pertenencia a un grupo social (Bourdieu 2001). El capital social involucra “(a) la presencia de una red duradera de relaciones y (b) la existencia de relaciones de reconocimiento e inter-reconocimiento mutuos”. El capital social depende de la red de vínculos que pueda un individuo movilizar efectivamente y del volumen de capitales que los individuos pertenecientes a estas redes posean o puedan materializar (económico, simbólico y cultural) (Martínez Valle 2012, 14).

Martínez Valle (2003, 74) menciona que el capital social para que brinde utilidad desde el punto de vista del desarrollo rural debe definirse desde la dimensión relacional y procesual. En la dimensión relacional “las relaciones sociales que se generan entre los productores rurales se concretan entre grupos, comunidades, familias e individuos diversos y diferentes”. En la dimensión procesual envuelve un proceso de crecimiento y decrecimiento del capital social. El capital social lo podemos analizar desde tres niveles “individual-familiar, comunitario y supracomunitario”. El relacionamiento basado en reciprocidad y solidaridad son más aplicados a nivel comunitario y supracomunal.

1.3.2. Territorialización, Desterritorialización y Reterritorialización

La territorialización, la desterritorialización y la reterritorialización se define “como procesos concomitantes, fundamentales para comprender las prácticas humanas”. (Herner 2009, 161), en tal sentido, es necesario aterrizar en estos conceptos para comprender las relaciones que se entretienen.

La territorialización la entendemos como el conjunto de relaciones, interacciones y redes sociales, económicas, ambientales, culturales y políticas que transforman el espacio en una unidad que posee una organización y conectividad interna propia que les otorga autonomía y particularidad. La desterritorialización, que es la dinámica por la cual se abandona el territorio, está íntimamente ligada a la reterritorialización, que es un movimiento de construcción del territorio. (Riaño Pulido y Salazar Beltrán 2009).

La desterritorialización podemos definirla como el movimiento a través del que se abandona el territorio o las prácticas características de él (Herner 2009; Guattari y Rolnik 1986, 317). En la desterritorialización podemos vincular tres conceptos: el término de desencastamiento, como lo contrario a embeddedness desde el sentido que le da Polanyi “que genera una crisis sistémica, a la vez financiera, social, alimentaria y ecológica”; la deslocalización de las actividades económicas; y la desterritorialización” per se. La desterritorialización de las actividades significa la liberación con respecto a las normas sociales y medioambientales y la disolución del territorio como espacio político. La deslocalización de las actividades ilustra este proceso de desterritorialización (Azam 2009, 69).

En la desterritorialización, los actores locales tienden a tener una disminución o pérdida total del poder de decisión sobre los asuntos del territorio y conlleva también pérdida de la acción

colectiva. Las relaciones en el territorio dependen en mayor medida o totalmente de los intereses exógenos (Entrena 1999).

De tal modo, la reterritorialización la entendemos como la recuperación del poder de decisión por parte de los actores sociales, y la apropiación por parte de estos mismos de las esferas del territorio. “La economía social y solidaria es, sin duda, una de las herramientas de reterritorialización de las actividades humanas”. Por consiguiente, “la reterritorialización de las actividades supone entonces su relocalización”. Desde esta perspectiva, para que ocurra una reterritorialización debe acontecer la relocalización y se deben tomar en cuenta tres principios. La revalorización del trabajo humano, la soberanía alimentaria de los pueblos, y la relocalización de la economía. (Azam 2009, 74).

La reterritorialización puede materializarse a través de formas de valorización de activos específicos mediante opciones de economía social y solidaria, economía de la proximidad, así como iniciativas y estrategias colectivas. En la reterritorialización juega un papel decisivo la posición que ocupen los actores en el campo social, los tipos de capitales que posean o la combinación de ellos y la apropiación del territorio tanto en la esfera económica-productiva; social y cultural como en la física. Por esta razón, es importante en este estudio entender de estos procesos de apropiación y de recuperación del control desde los actores locales en la formación de redes alternativas de alimentación en territorio para identificar las prácticas mediante las cuales se están territorializando.

1.4. Estado del arte

1.4.1. CIALCOS y RAA en los territorios

En este apartado mostramos una revisión metodológica y bibliográfica secundaria alrededor de las RAA y de las diferentes experiencias próximas a esta temática. Bajo esta premisa, en este capítulo se mencionan las investigaciones que se ha desarrollado alrededor de las RAA y los CIALCOS en los diferentes territorios.

Entre las investigaciones más destacadas en el ámbito de las RAA y los CIALCOS están las de Sánchez Hernández (2009), López García (2015), Barriga Velásquez (2016), Di Masso (2012), Monachon (2017), Reina Usuga (2016), Ruiz Osoro (2013), Cerrada Serra (2019),

Cadavid Castro (2019), Gutiérrez del Valle (2016), Egidio y Puttilli (2013) las significativas investigaciones de Goodman (2003, 2004, 2012).

Ruiz Osoro (2013) en el artículo “Distribución agroalimentaria: Impactos de las grandes empresas de comercialización y construcción de circuitos cortos como redes alimentarias alternativas”, concibe a los Circuitos Cortos de Comercialización como parte de o como una Red Alimentaria Alternativa y también como un modelo alternativo de distribución de alimentos. En este artículo se realiza un análisis de los diferentes modelos de distribución de alimentos para conocer la incidencia social y ambiental diferenciada. La investigación, parte de la hipótesis de que los CIALCOS son una alternativa ambientalmente sostenible y socialmente más inclusiva para la población rural.

El autor manifiesta que una de las razones para que se den estos CIALCOS desde el punto de vista de los productores es la búsqueda de mejores ingresos económicos a través de estas nuevas redes. Desde el punto de vista de los consumidores la emergencia de las RAA se da por la desconfianza con los sistemas agroalimentarios convencionales, que va desde dudosa calidad de los productos, efectos nocivos de los agroquímicos para la salud, escándalos generados por productos de consumo contaminados, alta estandarización de estos, desconocimiento de la procedencia de los productos, entre otros (Ruiz Osoro 2013).

Este descontento colectivo con el sistema agroalimentario dominante puede dar paso a la construcción de nuevas redes de alimentación en las que convergen las necesidades y objetivos comunes de los consumidores y productores. Es decir, crear espacios en los que primen principios más éticos en la producción, comercialización y el consumo de alimentos (Ruiz Osoro 2013).

En la investigación de Goodman (2003) “The quality ‘turn’ and alternative food practices: reflections and agenda”, la integración, la confianza y el lugar son algunos de los conceptos clave desplegados para entender el "giro" a la calidad en las prácticas alimentarias. Aquí, la calidad evoca lo cultural, pero, se sugiere, sin calificar seriamente el análisis económico político centrado en la producción de RAAs.

En esta investigación se resalta que desde una visión cultural, la confianza, la tradición, diversidad y el lugar son parámetros de calidad que movilizan el apoyo a los productores y a las formas de organización de economías locales y ecológicas. Esta visión cultural de la

calidad forma parte del repertorio micro analítico común entre la literatura europea y la norteamericana. (Goodman 2003).

La investigación de Goodman (2003) se realizó en 5 zonas rurales de Inglaterra y Gales, comparando la preferencia de los consumidores entre los alimentos convencionales y los orgánicos se tubo resultado que, entre las compras de alimentos locales, las más comunes eran de alimentos producidos convencionalmente, contrario a lo que pensaban los investigadores que las producidas orgánicamente eran más consumidas. Esto denota que la producción local y el preferir lo local por los consumidores abarcan múltiples formas de prácticas agrícolas y de producción, ya que los consumidores tienen múltiples motivaciones al preferir lo local. Se debe prestar atención a las tres esferas que componen lo alternativo: lo local, lo ambiental y lo social. Las políticas muchas veces están orientadas a promover lo local en los sistemas alimentarios, pero se olvidan de estas otras dos dimensiones que son fundamentales para que las RAA sean un verdadero paradigma de desarrollo rural y para que tenga un real impacto en las estructuras alimentarias dominantes (Goodman 2003).

Para Goodman (2003) Comercio Justo se basa en un imperativo transformador, que surge de la política de izquierda y de los movimientos de solidaridad internacional en las décadas de 1960 y 1970 como un proyecto para desafiar y desplazar los canales convencionales del comercio internacional. El peligro aquí es que en el Sistema Agroalimentario actual el mercado se define por transacciones de circuitos largos “desintegradas que proliferan cuando las relaciones sociales están ausentes”. Definiéndose en contra de la economía social que se caracteriza por circuitos cortos de los lazos incrustados que desafían la lógica del mercado, ya que son espacios donde las relaciones sociales son densas y se desarrollan. (Krippner, 2001, 95 en Goodman 2003).

Entre los hallazgos más destacados esta la percepción de las nuevas formas económicas localizadas, las que se ven como precursoras de una economía asociativa, en virtud de su integración en los lazos interpersonales de reciprocidad y confianza. Sin embargo, el dualismo implícito en esta formulación enmarca tales lazos en términos unidimensionales, oscureciendo las desigualdades sociales y las relaciones de poder en el trabajo en estas actividades. En esta investigación el autor utiliza conceptos de Carl Polanyi sobre el incrustamiento (Goodman 2003).

En la investigación de Cerrada Serra (2019) “El sistema alimentario alternativo huerta-ciudad en Valencia: configuración, gobernanza y retos” se analiza las iniciativas periurbanas de producción agrícola que por lo general son de pequeña extensión, practican la agroecología y construyen caminos para desarrollar un sistema alimentario local sostenible, que se integran en las Redes Alternativas Alimentación como alternativa al sistema global alimentario deslocalizado.

La metodología de la investigación está integrada por revisión de información secundaria y recolección de información primaria a partir de la investigación cualitativa mediante entrevistas, grupos focales y talleres. Los resultados de la investigación arrojaron que el componente ideológico en los discursos de la soberanía alimentaria y la agroecología fueron determinantes en las iniciativas para la construcción de modelo productivo alternativo y la participación en el sistema alimentario local. También se destaca como resultado en esta investigación que la frontera entre lo alternativo, lo cotidiano y lo tradicional es muy difusa y difícil de trazar. Esta investigación tuvo como objetivo caracterizar los componentes principales del sistema alimentario alternativo. Ellos analizan las RAA desde el punto de vista de la producción ya que se plantean investigar cómo obtener acceso al agua, a la tierra y demás factores que hacen posible la producción. (Cerrada Serra 2019). Desde el punto de vista de las relaciones buscan comprender las modalidades que pueden asumir las iniciativas tanto de forma individual como colectiva. Como segundo y tercer objetivo tienen:

Identificar y explorar las formas en las que este sistema alimentario alternativo contribuye a las diferentes dimensiones de seguridad alimentaria, identificar cuáles serían, desde la óptica de los actores involucrados, las acciones necesarias que debería incluir un plan de desarrollo de este sistema alimentario alternativo y contrastarlo con la agenda política que se está implantando (Cerrada Serra 2019,5).

La investigación de Monachon, (2017). “Redes Alimentarias Alternativas: Nuevos compromisos políticos y sociales. Un estudio comparativo franco-mexicano” centra su análisis en las RAA que se desarrollan como los Tianguis orgánicos, en México y AMAPs en Francia. Las AMAPs son asociaciones dedicadas a la agricultura campesina que tienen como objetivo principal la preservación de producción agrícola bajo principios de equidad, localidad y proximidad, también conocido como Agricultura de Responsabilidad Compartida (ARC). Los Tianguis y mercados orgánicos son organizaciones que promueven la cercanía entre productor y consumidor. Los Tianguis se organizan en forma de red que enlaza al

campo y la ciudad bajo principios de equidad, precio justo y agricultura orgánica, esta última que busca el productor sea el protagonista de todo el proceso productivo y de comercialización. Estas dos experiencias tanto la mexicana como la francesa tienen con fin promover la comercialización sin intermediarios y la cercanía entre productor y consumidor. En este sentido, el autor busca hacer un estudio comparativo de los Tianguis en México y los AMAP's en Francia.

La pregunta de investigación es “¿Podemos considerar que, más allá de ser un sistema de producción agrícola económica, la agricultura de proximidad y/o orgánica es también una forma alternativa de organización política y social en el marco de una economía de mercado?” y como pregunta específica más relevante está “¿Cuáles son los elementos globales y locales (económicos, políticos y simbólicos) que contribuyen al desarrollo de los circuitos cortos de comercialización desde el inicio del siglo XXI?” (Monachon 2017, 13).

Las iniciativas analizadas en esta investigación tienen marcados puntos de convergencia y divergencia. Por un lado, los modos de organización y de intercambio de productos de estos dos colectivos son distintos. El caso mexicano son mercados físicos fijos con días establecidos. En el caso francés la modalidad de canastas en puestos de entrega. Por otro lado, coinciden en los criterios de oposición frente a las prácticas depredadoras del sistema agroalimentario global (Monachon 2017).

La metodología utilizada fue la observación participante. El investigador interactúa con un doble papel como observador y como co-sujeto colaborando en resolver problemas existentes. La estrategia utilizada fue de ingresar como un consumidor a los mercados investigados. Esta estrategia dio excelentes resultados, contribuyó a un contacto inicial con los actores y parte importante de los resultados de la investigación se obtuvieron de este relacionamiento como comprador en los mercados. Para completar información a profundidad efectuó entrevistas semiestructuradas con actores claves identificados a partir de la estrategia inicial. El investigador destaca el uso de esta estrategia de recolección de información de consumidor curioso debido que facilitó el acceso a información que no está al alcance de los investigadores que realizan visitas esporádicas a los mercados. También, le permitió evitar cierta formalidad y distanciamiento que se da con los investigadores representantes de instituciones. El identificarse como un actor cotidiano en este caso como consumidor permite la integración en las dinámicas de los mercados y no ser considerado un ser externo. Dicha introducción como consumidor permitió posteriormente crear relaciones de confianza con los

miembros y le abrió paso para hacer observación participante en el día a día de los productores y en la producción y la comercialización (Monachon 217, 64).

Reina Usuga (2016) en su tesis *Sostenibilidad y gobernanza alimentaria: análisis de la contribución de los canales cortos de comercialización territorial en sendos casos de estudio en Colombia y España* introduce en su investigación un concepto innovador incorporando al estudio de los CCC la variable territorial, lo que da con resultado lo que ella llama *Canales Cortos de Comercialización Territorial (CCCT)*. Esta definición integra al análisis de los CCC en su esfera espacial y relacional a las características particulares de cada territorio. Entre su tesis está que el éxito de las RAA en forma de CCC depende de la presencia de ciertos factores territoriales indispensables de acuerdo con las dinámicas singulares.

En el pliego de investigaciones revisadas para este estudio se considera a los CIALCOS como una expresión de las RAA. Por un lado, los CIALCOS comprenden el estudio del circuito de comercialización que van desde la producción, comercialización con una o ninguna intermediación. En este concepto también se incluye una proximidad relacional basada en la confianza y valores compartidos en la producción, como producción agroecológica, campesina y local. Por otro, las RAA es un concepto más amplio que como se mencionan en párrafos anteriores comprenden un mayor número de dimensiones y relaciones que van más allá de la comercialización de los productos.

1.4.2. Modalidades de los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCO)

Las particularidades de cada territorio son las que determinan la configuración de los CIALCOS enmarcados en diversas experiencias de circuitos de proximidad espacial y relacional. Entre las figuras más destacadas están primero, las *cooperativas o asociaciones de consumidores* que se caracterizan por su compromiso con el consumo de productos locales, agroecológicos y sanos. En estas existe un compromiso alto en el consumo mas no en la producción. En segundo lugar, *tiendas de productores*, en estos espacios se comercializan los alimentos sin necesidad de intermediarios entre la producción y comercialización. En este caso, el compromiso de los consumidores es bajo, al no estar inmersos en el proceso de comercialización. En tercer lugar, *la venta en finca*, en este caso el consumidor es el que se desplaza a la finca para adquirir los productos, existe un compromiso, aunque mínimo por parte del consumidor con el proceso de producción ya que existe circuitos de proximidad en la adquisición, pero meramente comercial. En cuarto lugar, *el mercado y ferias de*

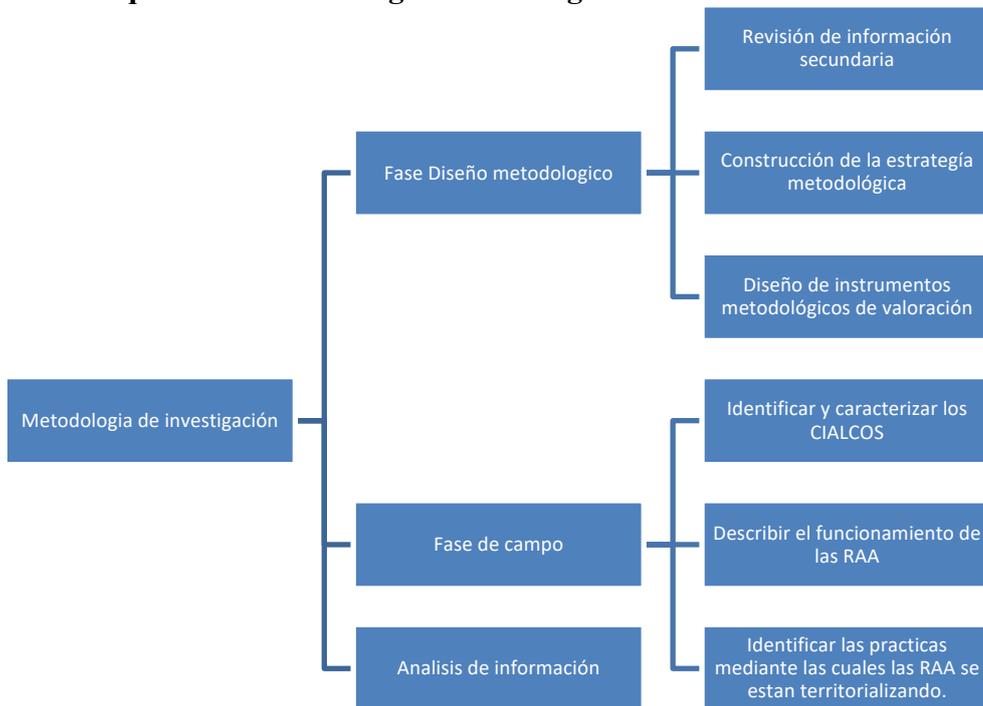
agricultores, en este tipo de iniciativas la presencia o ausencia de revendedores es la que determina la configuración del CCC y del mercado en sí. En este espacio existe un relacionamiento directo entre el productor, transformador artesanal de los productos y el consumidor. Estas iniciativas se dan bajo la organización de los agricultores, aunque en muchos casos con la figura patriarcal de las instituciones públicas y ONGs. Sin embargo, en general, son figuras con un alto potencial para crear CCC y de proximidad espacial y relacional, generan relaciones más allá de las comerciales como son las de compromiso, solidaridad y confianza. En quinto y último lugar están los grupos de consumo, estos están liderados por los consumidores, todo o casi todo el poder de decisión radica en ellos. Estos determinan qué productores o grupos de productores pueden comercializar sus productos. En estos casos, se tiene gran incertidumbre de que si las relaciones entre estos actores pueden ir más allá de una transacción comercial (Ruiz Osoro 2013; Vivas 2007).

Alrededor de los CIALCOS en el Ecuador, se han desarrollado dos investigaciones importantes que han permitido tener una clasificación e inventario de estas iniciativas. El ministerio de agricultura del Ecuador en el 2009 realizó un estudio para identificar estas iniciativas. En este estudio se utilizaron cinco modalidades de comercialización alternativa. “1) Ferias locales campesinas; 2) canastas de consumidores o canastas solidarias/comunitarias; 3) Tiendas campesinas o tiendas de productos campesinos para el comercio justo; 4) Exportación asociativa de productos campesinos bajo normas de comercio justo o sostenibles; 5) Compras públicas” (CIALCO 2009).

También por medio de la campaña ¡Que rico es! Comer sano y de nuestra tierra, se desarrolló un inventario de iniciativas agroecológicas denominada Guía de ferias agroecológicas ¡Qué Rico Es! En esta guía se utilizaron siete modalidades de circuitos para su clasificación. 1) Mercados agroecológicos; 2) Ferias Agroecológicas; 3) Puntos de Venta Agroecológicos; 4) Tiendas Agroecológicas; 5) Canastas Agroecológicas; 6) Hoteles, Restaurantes y Cafeterías; 7) Fincas Agroecológicas (Grupo de consumidores Campaña ¡Qué rico Es! 2013).

1.5. Estrategia metodológica

Figura 1.1. Esquema de metodología de investigación



Fuente: Elaborado por la autora.

1.5.1. Diseño metodológico

En esta fase de la investigación se realizó la identificación de la población y el tipo de muestreo; después, se identificarán las variables de investigación y los indicadores y subindicadores de análisis; y, por último, se construirán los instrumentos metodológicos de valoración.

Esta etapa comenzó con la identificación de la población de estudio, que estuvo constituida por los actores de las RAA presentes en la provincia de Manabí. La muestra utilizada fue no probabilística, la selección de los individuos se realizó en base a criterios teóricos tales como el muestreo en cadena o bola de nieve que permitió que las primeras personas seleccionadas sugieran a las siguientes de acuerdo con los criterios necesarios de participación en las RAA. La población de estudio incluyó los productores de alimentos, comercializadores y líderes de las organizaciones del ámbito agroalimentario. El tamaño de la muestra se determinará bajo el principio de saturación, este consiste en que se dejará de entrevistar a los individuos cuando estos dejen de aportar información relevante a la investigación.

El diseño de las guías y los instrumentos de valoración se realizó de acuerdo con los objetivos de investigación generando indicadores para cada objetivo de estudio. Estos indicadores nacieron de la teoría e investigaciones previas en los temas relacionados con el objeto de estudio como son: Redes Alternativas de Alimentación, Circuitos Cortos de Comercialización, Circuitos Alternativos de Comercialización y territorialización. La guía se realizó en un formato dinámico y abierto que permitió incorporar aspectos temáticos importantes que no estuvieron incluidos en un inicio, pero que salieron a relucir en el trabajo de campo con los actores sociales (Izcara Palacios 2014).

Los instrumentos que se desarrollaron fueron los siguientes: Una ficha para identificación de las RAA, una entrevista semiestructurada de caracterización de las RAA y la guía de observación participante en las iniciativas seleccionadas.

1.5.2. Trabajo de campo

Para comenzar la segunda fase de la investigación, la fase de campo, se realizó un estudio exploratorio para establecer las RAA en las que se basó el estudio. Para identificar los mercados, las ferias, fincas, espacios alternativos de venta de alimentos, producción y consumo de alimentos alternativos y asociaciones de la economía social y solidaria con actividades alrededor de la producción agroecológica, producción pesquera artesanal, alimentación y transformación artesanal de alimentos se gestionó un espacio de encuentro de redes, también se utilizó la Guía de Ferias Agroecológicas, publicada en 2013 como parte de la Campaña ¡Qué Rico Es! Comer Sano y de Mi Tierra y la Guía de Circuitos Cortos de Comercialización de la Agricultura Familiar Campesina del Ministerio de Agricultura.

El evento para promover el encuentro y el reconocimiento de las RAA en la provincia Manabí se llevó a cabo gracias al apoyo del proyecto de vinculación de la FLACSO en el que participé denominado “Fortalecimiento de las Redes Alternativas de Alimentación para promover la soberanía alimentaria”. Este proyecto tenía entre sus objetivos fomentar el intercambio de experiencias y articulación entre las diversas RAAs mediante el apoyo en un encuentro de RAAs de la provincia de Manabí. El primer encuentro de RAA promovido en Manabí se llevó a cabo en la parroquia Ricaurte del cantón Chone. A este evento acudieron diferentes actores sociales de asociaciones, representantes de emprendimientos individuales, universidades de la provincia, GAD parroquiales y cantonales.

En estos espacios se realizaron mapeos de los lugares en donde se encuentran activas las redes y de otras iniciativas que podrían formar parte de las RAA. Una vez identificadas estas iniciativas, los mercados, ferias periódicas y demás procedimos a realizar las visitas a estos espacios y corroborar que estuvieran activos. Para nuestra investigación, los actores de interés en las RAA fueron los productores de alimentos, los líderes de las organizaciones, y los participantes de centros de comercialización directa.

Para determinar si las iniciativas con las que tuvimos acercamiento formaban parte de una RAA y seleccionar con las que trabajaríamos se diseñó una ficha de caracterización de RAA. Al momento de aplicar la ficha se consideró disponibilidad de los actores para entablar una conversación y de responder a nuestras inquietudes a fin de conocer su predisposición de participar en la investigación (Gutiérrez 2000, 59). Como resultado se obtuvo una base de datos preliminar de 55 iniciativas en la provincia, en las que se incluían ferias, mercados alternativos, iniciativas individuales y colectivas. Estas se aplicaron desde octubre de 2019 hasta marzo de 2020.

De esta lista se eliminaron las iniciativas que, aunque eran parte de las economías alternativas, no se consolidaban como CIALCO. De este análisis se seleccionaron 5 iniciativas: 4 asociativas y 1 de carácter individual y familiar. Estas fueron seleccionadas por representar los diferentes tipos de CIALCO en la provincia y se estudiaron individualmente con el fin de verificar que constituyen un CIALCO. Las iniciativas seleccionadas se detallan en la (Tabla 1.1):

Tabla 1.1. Iniciativas seleccionadas para la investigación

Organización	Tipo	Ubicación	Socios
FOCAZNOM (Federación Campesina de la Zona Norte de Manabí)	Asociativa, de derecho, 2 grado	San Vicente	150 familias miembros; de 34 comunidades.
ASOPROMAN (Asociación de Productores Agropecuarios, Agroecológicas de Manabí) / Bio Feria Agroraíces	Asociativa	Portoviejo	73 feriantes
Rancho Mila/Tienda del Rancho/Tierra Bellbaum	Familiar	San Vicente, Sucre, Junín	1 familia

Organización	Tipo	Ubicación	Socios
ASO AGROTABUGA (Asociación de Producción Agrícola Tabuga)	Asociativa, de derecho	Jama	30 socios
ASOPROCOFFEE (Asociación de Producción Artesanal Coffee)	Asociativa, de derecho	Jama	30 socios

Fuente: Elaborado por la autora.

Se seleccionó a la Federación Campesina de la Zona Norte de Manabí (FOCAZNOM) y sus asociaciones adscritas como Asociación de Producción Artesanal Arte, Sal y dulce (ASOPROARTDUL) constituida por mujeres se encuentran ubicadas en San Vicente; a representantes de la Asociación de Productores Agropecuarios y Agroecológicos de Manabí (ASOPROMAN) y de la Bioferia Agroraices, pertenecientes a Portoviejo, Santa Ana y la parroquia San Isidro del cantón Sucre; también se seleccionó a la Asociación de Producción Artesanal Coffee Express (ASOPROCAFFE) y la Asociación de Producción Agrícola Tabuga (AGROTABUGA) ubicadas en el cantón Jama, estas son iniciativas asociativas de producción, procesamiento y comercialización de café bajo prácticas agroecológica; también formó parte del estudio el emprendimiento familiar Tierra Bellbaum ubicado en San Vicente

En la zona norte de Manabí, específicamente en el cantón San Vicente y con gran influencia en el cantón Sucre, se seleccionó a la FOCAZNOM (Federación Campesina de la Zona Norte de Manabí) y a Rancho Mila.

La FOCAZNOM es una organización que aglutina a otros colectivos dedicados a la producción agropecuaria y la transformación artesanal de sus productos. Entre los colectivos e iniciativas están SachaMinca; Asociación de Producción Artesanal Arte, Sal y dulce (ASOPROARTDUL) constituida por mujeres se encuentran; el proyecto Asociación de Servicios de Alimentación La Criollita “ASOSALLITA” que comprende una tienda comunitaria alternativa y servicios de alimentación para los CIBV y entre las individuales Ají de Chachi, varias fincas familiares. La federación organiza cuatro ferias, tres se realizan de forma anual y una de forma semanal (salvo en algunas temporadas en la que a los productores no pueden participar).

La iniciativa familiar, Rancho Mila tiene presencia en el cantón San Vicente como finca agroecológica y de producción ganadera responsable, en Bahía de Caráquez como “Tienda del Rancho” y presencia en Junín con la finca agroecológica Tierra BellBaum. Estos son emprendimientos individuales pertenecientes a una sola familia que forman parte de los Circuitos Alternativos de Comercialización de la provincia que buscan lograr una mejor valoración de la producción campesina. En sus inicios esta iniciativa formó parte de ASOPROMAN, y en la actualidad es parte de la red de guardines de semillas y de la feria Bonaterra en Guayaquil.

En el cantón Portoviejo trabajamos con la Asociación de Productores Agropecuarios y Agroecológicos de Manabí (ASOPROMAN) y la Bioferia Agroraices. La primera asociación de productores y la segunda es un colectivo que organiza ferias agroecológicas de forma periódica los sábados. En estos eventos participan actores de cantones aledaños y también participan miembros de la FOCAZNOM y otras asociaciones. La mayoría de los miembros de ASOPROMAN y los feriantes de la Bioferia Agroraices son de los cantones Portoviejo y Santa Ana. Ellos producen los alimentos de forma individual y se organizan para la comercialización. Forman parte de ASOPROMAN emprendimientos individuales como Natura Orgánica, Rio Muchacho, Coffee Williams. En la Bioferia el número de emprendimientos participantes es mucho más amplio y diverso.

En el cantón Jama se han desarrollado importantes circuitos alternativos alrededor del café. Se destacan para el estudio dos iniciativas asociativas Asoprocoffe y Agrotabuga. Ellos llevan a cabo todo el proceso de producción y transformación del café hasta su comercialización. Para la recolección de la información realicé entrevistas informales y semiestructurales a actores claves de la organización, visité dos fincas agroecológicas de socias de Asoprocoffe, realicé una visita al lugar donde procesan el café y al lugar donde se encuentra la sede de la organización. En el caso de la organización Agrotabuga obtuve información a través de entrevistas semiestructuradas y de su participación en ferias organizadas en Bahía de Caráquez y Pedernales.

Una limitante que tuvimos en el desarrollo de la fase de campo fue el confinamiento por el COVID 19, que provocó que las ferias se suspendieran y que se limitara el acceso de los espacios de encuentro. Pero de forma paralela nos permitió analizar cómo los miembros de las RAA estudiadas redefinieron sus prácticas y asumieron nuevas estrategias para adaptarse al

contexto de la pandemia, lo que permitió que se territorialicen nuevos espacios y se reterritorialicen otros que se habían perdido.

A pesar de las limitantes encontradas se desarrollaron las actividades de trabajo de campo como fueron las visitas a las iniciativas seleccionadas, participación en los eventos organizados, visita a los lugares de encuentro de las organizaciones como se detalla en la (Tabla 1.2).

Tabla 1.2. Actividades desarrolladas en las iniciativas seleccionadas

Iniciativas	Actividades desarrolladas
FOCAZNOM	12 visitas feria semanales 6 visitas a la tienda comunitaria 2 intercambio de semillas, 1 festival de sabores y saberes 2 la feria agroecológica
ASOPROMAN- Bioferia Agroraices	4 Bioferias 4 Bioferias Agroraices
RANCHO MILA-Tierra BELLBAUM-Tienda del Rancho	1 Visita en finca 2 Visitas a Tienda comunitaria
AGROTABUGA	1 Visita a las fincas e instalaciones de la asociación 2 visitas a ferias en las que participaron
ASOPROCOFFEE	1 Visita a las fincas e instalaciones de la asociación 2 visitas a ferias en las que participaron

Fuente: Elaborado por la autora.

Para cumplir el primer objetivo, Identificar y caracterizar los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS), se utilizaron métodos cualitativos como el etnográfico con el uso de la herramienta observación participante ya que permite mantener un contacto directo con los sujetos de la investigación y sus actividades cotidianas que van a ser estudiadas. Bajo esta premisa, la metodología aplicada fue de carácter cualitativo utilizando observación participante, entrevistas, y análisis de material secundario que nos permitió realizar un análisis más profundo de los datos y de los casos de estudio seleccionados. También se realizó un análisis de material secundario, revisando documentos, entrevistas previas y archivos de las organizaciones seleccionadas con el fin de conocer la historia de las organizaciones, y cómo han ido evolucionando y adaptándose (Monachon 2017).

En este sentido, para caracterizar los CIALCOS se consideraron los siguientes criterios: El tipo de organización en la que están los miembros que componen la asociación o iniciativa,

factores que incidieron en la conformación de las iniciativas, tipos de circuitos utilizados, la regularidad de las reuniones de sus miembros, el nivel de formalidad de los colectivos, el rol de las instituciones públicas y privadas como actores en el funcionamiento de las redes (Espinosa Landázuri y Zuluaga Sánchez 2015), la periodicidad de las ferias o venta de sus productos, beneficios logrados, Por último, los procesos que garantizan la calidad de sus productos (Monachon 2017).

Para la consecución del segundo objetivo, describir el funcionamiento de las RAA en la provincia de Manabí, se utilizaron, entrevistas semi estructuradas y la aplicación de la observación participante. La selección de los entrevistados se realizó con base en las fichas levantadas previamente, el nivel de organización y consolidación identificado, y de acuerdo con el territorio en el que se encuentran ancladas las redes. Debido a lo expuesto, se trabajó en 3 cantones de la provincia que son los que concentran a la mayor cantidad de organizaciones de la ESS de producción agropecuaria agroecológica, en transición a la producción agroecológica y venta de alimentos procesados artesanalmente, ferias campesinas, canastas de alimentos. Los cantones son Jama, San Vicente y Portoviejo.

La observación participante también se utilizó para describir el funcionamiento de las RAA en la provincia de Manabí. Esta se utilizó como método y herramienta de recolección de datos que permitió aportar información para la descripción de las RAA e identificar las prácticas bajo las cuales las RAA se territorializan exitosamente. Los indicadores que se utilizaron se desarrollaron en base a la conceptualización de las RAA. Se utilizaron indicadores de las dimensiones espacial, relacional, funcional, política, económica y ambiental.

Los indicadores de la dimensión espacial fueron: tiempo de viaje entre el lugar de producción al lugar de comercialización; distancia real en el mapa. Los indicadores de la dimensión relacional utilizados son: niveles de distribución; apoyo de terceros; participación e interacción de diferentes actores en las RAA. Los indicadores de la dimensión ambiental utilizados fueron: producción agroecológica, en transición y artesanal. Los indicadores de la dimensión económica son el precio justo, la participación en las economías transformadoras. En la dimensión funcional están las estrategias de ventas de sus productos, y adaptación a la pandemia COVID19. La dimensión funcional, devela los recursos y estrategias movilizadas para la comercialización y cómo se desenvuelven los actores en el campo agroalimentario. En la dimensión política se analizó el poder de decisión que tienen los actores locales, el poder

sobre las esferas del territorio y su vinculación con y movimientos campesinos y agroecológicos nacionales e internacionales.

Posterior al confinamiento y las restricciones vehiculares se retomaron las ferias en San Vicente, el 13 de julio del 2020. Las ferias se realizaron cada 8 días y se retomaron las ferias anuales. La Feria agroecológica campesina se realizó el 15 de noviembre de 2021. Se realizó el 27, 28 y 29 de octubre 2021 el XII Encuentro Nacional del colectivo agroecológico del Ecuador.

En Portoviejo, la primera feria a la que asistimos, posterior a la identificación de las redes fue el 4 de enero de 2020, a continuación, por motivo de la pandemia se suspendieron las ferias hasta el 27 de noviembre de 2021. Las ferias las retomaron bajo el acompañamiento de FUNDES, el apoyo de la FAO y redefinidas como Bio Feria Agroraices y con una periodicidad de 15 días.

Para cumplir el objetivo tercero de la investigación, Identificar las prácticas mediante las cuales las Redes Alternativas de Alimentación (RAA) se están territorializando, se utilizó el Análisis de Redes Sociales con el fin de entender las estructuras sociales y analizar los diferentes vínculos entre los actores. “Las interacciones pueden reflejar filiaciones (pertenencia a la misma asociación), relaciones institucionales (firmar convenios colaborativos) e interacciones (intercambiar información). Cada relación nos ofrece un contexto relacional distinto con independencia de que la red está formada por los mismos actores” (Ramos Vidal 2015).

Para este objetivo, nos involucramos en los procesos de intercambio y producción de las asociaciones a través de la observación participante y entrevistas semiestructuradas e informales. Se observaron actividades claves como la organización de las ferias, reuniones de las organizaciones, venta de productos en los puntos de venta, el intercambio de productos.

Para cumplir con este objetivo fue necesario analizar el desarrollo de los vínculos entre territorio, consumidores, productores y los productos; la consolidación de las relaciones sociales, los logros alcanzados, las problemáticas que enfrentan y que enfrentaron; estrategias implementadas en el contexto de la pandemia y su reconfiguración con redes.

Fue necesario utilizar metodologías que permitan conocer todas o las más importantes interconexiones que permiten la territorialización de las RAA. Se analizó la territorialización de las redes seleccionadas desde la teoría de los campos de Bourdieu y la metodología de Análisis de Redes Sociales (Sánchez Zamora, GallardoCobos y Ceña Delgado 2017; Saaty, 2001).

Por un lado, desde la teoría de los campos de Bourdieu se considera al territorio como un campo social, en el cual los actores sociales implementan estrategias para mantener su posición en este campo o para cambiarla por una más favorable. A través de esta teoría se analizaron las estrategias que implementan los diversos actores de las redes en el territorio en función de los diversos capitales que poseen (económico, social, cultural, simbólico) y de la combinación de estos capitales.

En este análisis se presentó especial énfasis en el capital social. Este capital representa a la red de vínculos que está en constante construcción, de carácter duradero y útil para proporcionar beneficios materiales y simbólicos. El capital social depende de la red de vínculos que pueda un individuo movilizar efectivamente y del volumen de capitales que los individuos pertenecientes a estas redes posean o puedan materializar.

Por otro lado, también se utilizó la metodología de Análisis de Redes Sociales adaptada a esta investigación (Figura 1.2) para analizar la territorialización de las RAA en la provincia. Se crearon escalas e indicadores de las Relaciones de territorialización: Relaciones Sociales, Económicas, Ambientales, Políticas y Culturales. Se trabajó en base a una escala de 0 a 3. En la que “0” significaba ausencia de relaciones y “3” simbolizaba a las relaciones más fuertes y consolidadas en el territorio (Tabla 1.3). De esta forma de acuerdo con estas escalas e indicadores se describen las relaciones de territorialización de las RAA.

Tabla 1.3. Ponderación de las relaciones sociales en las RAA

Relaciones	Calificación	Significado
Relaciones Sociales	0	No hay relaciones
	1	En definición
	2	Organizadas
	3	Definidas y Funcionando
Relaciones Económicas	0	No hay
	1	En definición
	2	Definidas
	3	Definidas y funcionando

Relaciones	Calificación	Significado
Relaciones Ambientales	0	No hay
	1	En definición
	2	Definidas
	3	Definidas y funcionando
Relaciones Políticas	0	No hay
	1	En definición
	2	Definidas
	3	Definidas y funcionando
Relaciones Culturales	0	No hay
	1	En definición
	2	Definidas
	3	Definidas y funcionando

Fuente: Elaborado por la autora.

En las relaciones sociales se calificó “0” cuando había ausencia de relaciones de este tipo; “1” cuando las relaciones están en definición, es decir existe cierto grado de relacionamiento entre los actores de la red; “2” las relaciones están definidas, los actores sociales se conocen y formado una organización; “3” las relaciones están definidas y funcionando, la coordinación entre actores ha permitido alcanzar objetivos conjuntos.

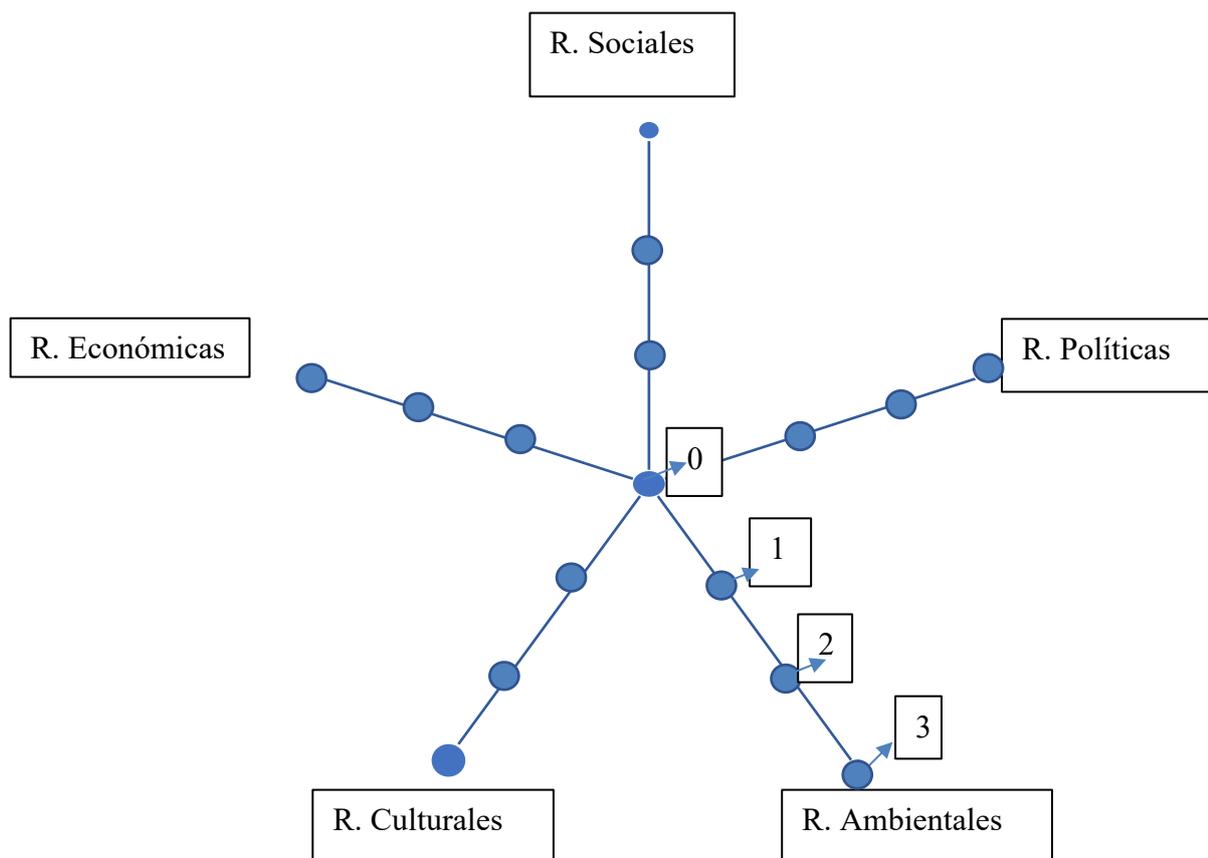
En las relaciones económicas se calificó “0” cuando había ausencia de relaciones de este tipo; “1” cuando las relaciones están en definición, es decir no están definidos mecanismos de regulación de precios; “2” las relaciones están definidas, los actores tienen mecanismos de regulación de precios; “3” las relaciones están definidas y funcionando, los actores tienen mecanismos de fijación de precios y obtienen ganancia de su producción y venta.

En las relaciones ambientales se calificó “0” cuando había ausencia de relaciones de este tipo y no estaban en discusión la relación de las actividades que desarrollan con el ambiente; “1” cuando se está hablando estos temas internamente, está en definición; “2” relaciones definidas, los actores conocen la relación de su actividad con el ambiente, se discuten estos temas, se tienen objetivos ambientales; “3” definidas y funcionando, tienen una forma de producción sustentable.

En las relaciones políticas se calificó con “0” cuando no hay presencia de relaciones de este tipo; “1” están en definición, cuando se trata de estos temas, pero no se han instaurado mecanismos de gobernanza y autonomía; “2” redes definidas, se han establecido mecanismos de gobernanza; “3” definidas y funcionando, los mecanismos funcionan en la práctica y se dan procesos de apropiación de los espacios.

En las relaciones culturales se calificó con “0” cuando no hay presencia de relaciones de este tipo; “1” están en definición, cuando se trata de estos temas, pero no son recurrentes; “2” redes definidas, existen espacios de intercambio cultural; “3” definidas y funcionando, el intercambio cultural y de formación son constante en la organización y permite la apropiación.

Figura 1.2. Diagrama de estructuración de la red para el análisis de las relaciones



Fuente: Elaborado por la autora.

En base a esta representación en telaraña de las redes sociales, económicas, ambientales, políticas y culturales se analizó la territorialización de las iniciativas seleccionadas como RAA. La ponderación se la asignó de acuerdo con la consolidación de las relaciones e interacciones de las iniciativas y los actores claves del territorio.

A partir de la misma definición de territorialización se han generado resultados específicos territorialización de las RAA, a partir de sus relaciones con el territorio. Se crearon escalas e indicadores de la transformación del espacio, organización interna, conectividad interna,

autonomía y particularidades. Se trabajó en base a una escala de 0 a 3. En la que “0” significaba ausencia de resultados de territorialización y “3” simbolizaba los mayores resultados de territorialización (Tabla 1.4) y (Figura 1.3). De esta forma de acuerdo con estas escalas e indicadores se describen los resultados de territorialización de las RAA.

Tabla 1.4. Ponderación de los resultados de territorialización de las RAA

Resultados de territorialización	Calificación	Significado
Transformación del espacio	0	No hay transformación del espacio
	1	Se está discutiendo estos temas de forma interna.
	2	Existe transformación del espacio de producción o venta.
	3	La transformación del espacio de producción o venta se realiza en función de los principios de la agroecología y RAA.
Organización Interna	0	No hay
	1	En definición
	2	Definidas
	3	Definidas y funcionando
Conectividad interna	0	No hay
	1	En definición
	2	Definida, existen canales de comunicación
	3	Definida y funcionando. Existen canales de comunicación y se están utilizando de forma efectiva
Autonomía	0	No hay
	1	En definición
	2	Existe cierto grado de autonomía
	3	La organización toma las decisiones de forma autónoma
Particularidades	0	No se diferencia de las redes convencionales
	1	Mantiene pocas diferencias
	2	Definidas
	3	Definidas y funcionando

Fuente: Elaborado por la autora.

descubiertos y su importancia para la investigación (Rädiker y Kuckartz 2020). Se crearon indicadores para cada objetivo en base a los estudios analizados, base conceptual y metodológica analizada de los Circuitos Cortos de Alimentación Alternativa, Redes Alternativas de Alimentación.

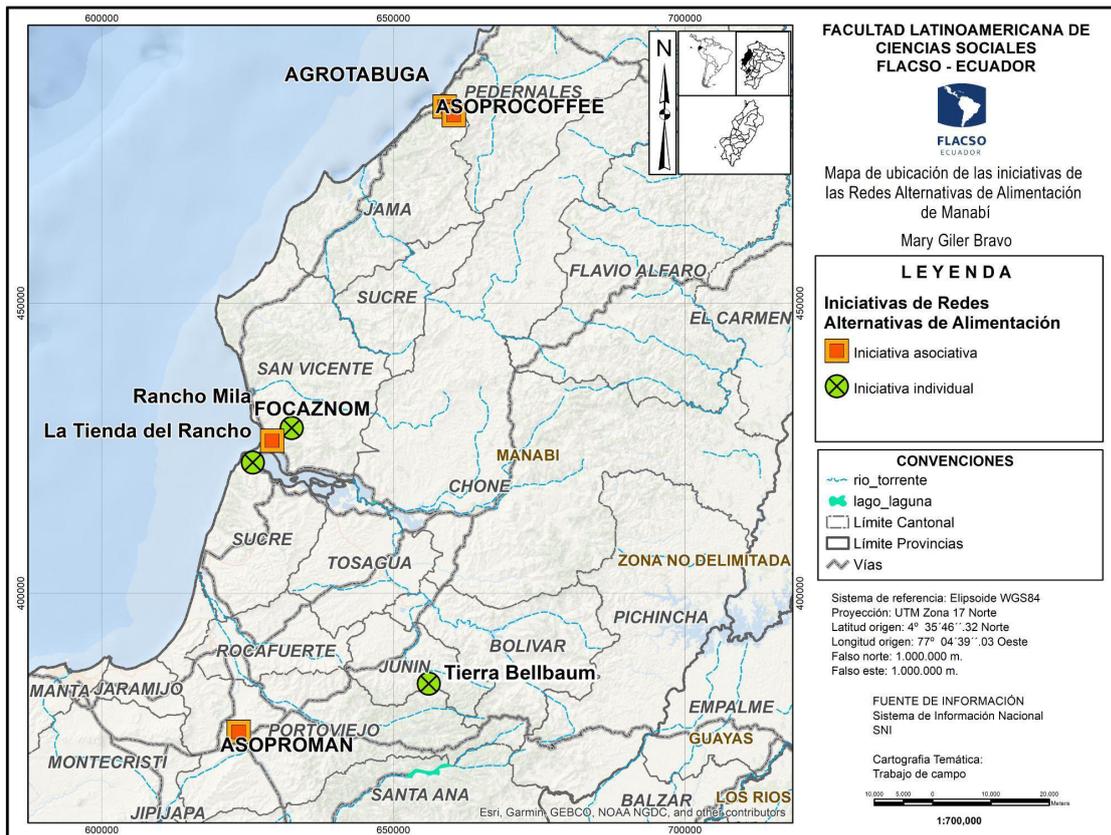
Una vez creadas las categorías y codificados los datos se procesaron y analizaron. Esto con el fin de “generar afirmaciones empíricas de diversos alcances y de distintos niveles de inferencia, estas afirmaciones se generan en gran medida a través de la inducción” (Wittrock 1989, 262). Para avanzar en esta fase se examinó el conjunto de datos (notas de campo, entrevistas, fichas, documentos de contexto, grabaciones, etc.) de forma individual y como un todo triangulando la información. Se unieron bajo vínculos las categorías relacionadas en los diferentes datos recolectados, descubriendo o verificando aquellos vínculos que determinan el mayor número posible de conexiones entre los datos (Schettini y Cortazzo 2015).

Para analizar los datos se utilizó también la metodología de Análisis de Redes Sociales (ARS) que permite por medio de múltiples relaciones construir conocimiento. El “ARS es definido como una metodología de investigación, que permite construir conocimiento acerca de las múltiples relaciones existentes y los mecanismos de intercambio y poder que allí se conjugan” (Brand Monsalve y Gómez 2006). Este análisis se centra en analizar las diferentes relaciones que se desarrollan entre los diferentes actores que forman parte de la red. Se busca conocer el tipo de vínculo que mantienen. Los nodos o actores y los vínculos que se establecen entre estos son los elementos que estructuran la red. En el ARS se consideran los indicadores de densidad y centralidad. Se generaron indicadores y escalas para analizar el proceso de territorialización de las RAA en función de las relaciones sociales que generan en el territorio.

Capítulo 2. Caracterización de los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS) de la provincia de Manabí

En este capítulo se presentan los resultados de la identificación y caracterización de los CIALCOS, sus orígenes, objetivos, formas de organización.

Mapa 2.1. Ubicación de las iniciativas de las RAA de la Provincia de Manabí



Fuente: Elaborado por la autora a partir del Sistema de Información Nacional (SIN) 2016, Escala 1:50000 y trabajo de campo (2019 – 2020).

En el (Mapa 2.1) podemos observar la distribución geográfica de las iniciativas que constituyen las RAA en la provincia de Manabí.

2.1. CIALCOS San Vicente: Federación de Organizaciones Campesinas de la Zona Norte de Manabí FOCAZNOM y Rancho Mila

A continuación, se presenta la caracterización del circuito CIALCOS San Vicente, conformados por la Federación de Organizaciones Campesinas de la Zona Norte de Manabí FOCAZNOM y Rancho Mila.

2.1.1. Federación de Organizaciones Campesinas de la Zona Norte de Manabí

FOCAZNOM

La FOCAZNOM como lo mencionan en su página “es una organización campesina que trabaja para alcanzar la seguridad y soberanía alimentaria para sus comunidades a través de la agroecología; preserva el ambiente, así como fortalece al talento humano en liderazgo político-organizativo, agroecológico y demás áreas productivas para lo que gestiona y ejecuta proyectos a favor de sus comunidades y sus socios”. Esta organización es parte de la Confederación Nacional de Organizaciones Campesinas, Indígenas y Negras (FENOCIN).

La Federación de Campesinos de la Zona Norte de Manabí constituye la principal Red Alternativa de Alimentación de los cantones San Vicente y Bahía de Caráquez. Los miembros que la componen son campesinos afiliados a través de sus comunidades. El origen de la iniciativa es rural, nace de la iniciativa de los campesinos como un medio para alcanzar sus objetivos, defender sus derechos y mejorar su calidad vida. Actualmente, la Federación la integran aproximadamente 150 familias miembros de 34 comunidades de la Zona Norte de Manabí. Como se muestra en la (Tabla 2.1) y en el (Mapa 2.2) la federación tiene 23 organizaciones adscritas y 11 organizaciones fraternas.

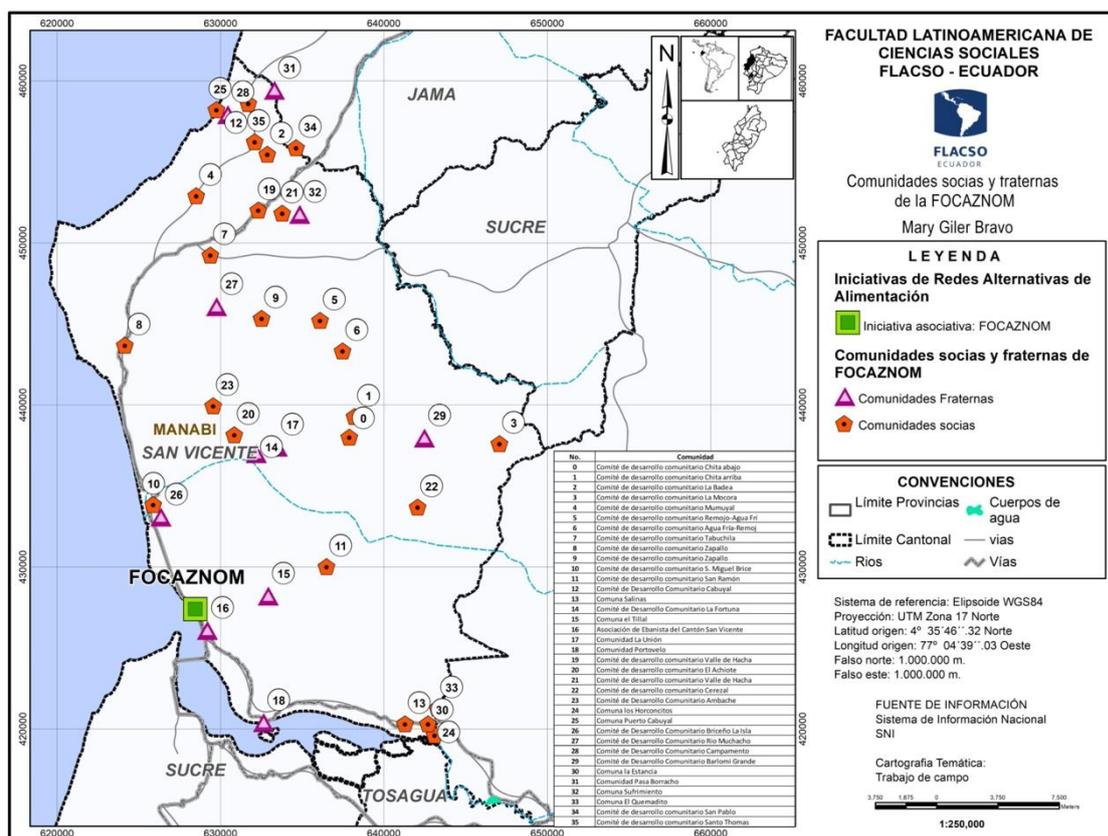
Tabla 2.1. Comunidades socias y fraternas de FOCAZMON

Comunidades socias y fraternas de FOCAZMON	
Comunidades/organizaciones adscritas:	1. Comité de desarrollo comunitario Chita
	2. Comité de desarrollo comunitario Muyuyal
	3. Comité de desarrollo comunitario la Badea
	4. Comité de desarrollo comunitario la Mocora
	5. Comité de desarrollo comunitario Remojo-Agua Fría
	6. Comuna los Horconcitos
	7. Comité de desarrollo comunitario Rosa Blanca
	8. Comité de desarrollo comunitario Santo Tomas
	9. Comité de desarrollo comunitario Tabuchila
	10. Comité de desarrollo comunitario Valle de Hacha
	11. Comité de desarrollo comunitario Zapallo
	12. Comité de desarrollo comunitario El Achiote
	13. Comité de desarrollo comunitario Cerezal
	14. Comité de desarrollo comunitario Camarones
	15. Comité de desarrollo comunitario San Miguel de Briceño
	16. Comité de desarrollo comunitario San Pablo
	17. Comité de desarrollo comunitario San Ramón
	18. Comité de Desarrollo Comunitario Ambache
	19. Comité de Desarrollo Comunitario Cabuyal
	20. Comuna Salinas
	21. Comuna la Estancia

Comunidades socias y fraternas de FOCAZMON	
Comunidades/organizaciones fraternas:	22. Comuna El Quemadito
	23. Comuna Puerto Cabuyal
	1. Comité de Desarrollo Comunitario Briceño La Isla
	2. Comunidad Pasa Borracho
	3. Comité de Desarrollo Comunitario La Fortuna
	4. Comuna el Tillal
	5. Comuna Sufrimiento
	6. Comité de Desarrollo Comunitario Rio Muchacho
	7. Asociación de Ebanista del Cantón San Vicente
	8. Comité de Desarrollo Comunitario Barlomi Grande
	9. Comité de Desarrollo Comunitario Campamento
10. Comunidad Portovelo	
11. Comunidad La Unión	

Fuente: Elaborado por la autora

Mapa 2.2. Comunidades socias y fraternas de FOCAZNOM



Fuente: Elaborado por la autora a partir del Sistema de Información Nacional (SIN) 2016, Escala 1:50000 y trabajo de campo (2019 – 2020).

Las raíces de lo que hoy conocemos como FOCAZNOM están cimentadas desde el año 2000 a partir de un grupo de campesinos que plantearon la necesidad de contar con una organización que los ampare y vele por sus derechos. A partir de esta visión se comenzaron a

generar reuniones en las diferentes comunidades aledañas al cantón San Vicente. El 17 de septiembre de 2004 la organización se constituye legalmente ante el ministerio de bienestar social.

En un inicio se realizaban dos tipos de ferias. Las ferias semanales y los eventos anuales. Las ferias semanales se desarrollaban los lunes desde las 8h00 hasta las 13h00, el día de feria del cantón San Vicente. En las afueras de las instalaciones de la planta de procesamiento Asoproardul se desplegaba una carpa junto con la mesa de productos. En esta feria participaron los miembros más activos de la asociación, los productores y artesanos traían sus productos desde las diferentes comunidades a la feria. Los productos que siempre estaban presentes eran frutas de temporada como maracuyá, badea, papaya, tomatillos, plátano verde, habichuelas, achocghas, queso fresco, huevos criollos, salsa de ají, longaniza, masa de maíz para tortillas, mistelas, mermeladas, pasta de cacao, vinos muy variados entre los que estaban de ovo y pitahaya. Productos esenciales en la gastronomía local.

La federación organiza eventos anuales de gran relevancia para la población campesina y para el cantón. Los eventos que se organizan son el intercambio de semillas, festival de sabores y saberes y la feria agroecológica.

El intercambio de semillas es un festival en el que participan las comunidades socias y fraternas de la federación. El intercambio de semillas con las comunidades tuvo sus inicios en el año 2009 para el rescate de la semilla y plantas locales. En este evento los socios y asistentes traen sus semillas agroecológicas, nativas, y ancestrales para compartirlas con los socios de las otras comunidades. En este espacio interactúan los participantes y se produce también un espacio de intercambio de saberes. La comida que se brinda en el evento es autóctona teniendo como plato principal la tonga, que es un plato a base de productos de la zona como es la gallina criolla (gallina de campo), arroz, maní y plátano maduro envuelto en hojas de plátano.

El festival de los sabores es un evento que tiene como fin fortalecer los vínculos comunitarios, organizacionales y promover la gastronomía de las comunidades. En este evento se promocionan los platos más representativos de cada comunidad. Los platos se realizan con ingredientes cultivados de forma agroecológica y bajo formas tradicionales de producción como las eras o huertas, como prácticas promovidas por la organización. “Para nosotros reproducir, compartir y conservar la semilla implica necesariamente conservar y compartir

conocimientos tradicionales, realizar intercambios, planificar y desarrollar esfuerzos para garantizar calidad, cantidad y diversidad” (entrevista, Manabí, 20 de octubre de 2020, E18). Este es un evento de integración en el que también se exponen los productos artesanales que los diferentes socios realizan y los productos elaborados a través de los proyectos asociativos de la federación.

“Este proceso permite mantener las semillas de mejor calidad y al realizar este trueque se varían las especies y se siembran en otras zonas...Para poder ver y evaluar sus resultados” (entrevista, Manabí, octubre de 2020, E20).

La feria agroecológica campesina se realiza de forma anual cada 15 de noviembre durante las fiestas de San Vicente. En este evento las diferentes comunidades y asociaciones que conforman FOCAZNOM, mediante stand presentan los productos que cultivan de forma agroecológica para la venta y el deleite de los participantes e invitados a la feria. También se desarrolla una mística con los productos de cada comunidad. Como parte de este festival se escoge el mejor traje típico. Se realizan concursos y juegos autóctonos entre los participantes de la feria como concursos de baile, carrera del huevo con la cuchara, ensacados, concursos de rajar leña entre otros. Este evento anual permite realizar una confraternidad campesina en la que se refuerzan los lazos entre los socios, las instituciones y los consumidores.

Es un evento en los que se dan cita comunidades de cantones aledaños y sobre todo del cantón San Vicente y su cabecera. En este evento todas las comunidades que forman parte de FOCAZNOM hacen un esfuerzo especial para mostrar a los participantes de las ferias lo mejor de sus comunidades, desde productos agrícolas, artesanías y recetas gastronómicas nuevas y tradicionales. También participan en los stands emprendimientos en la misma línea de colectivos fraternos.

Los socios de la organización al mismo tiempo de estar presentes en los proyectos asociativos mantienen activos sus emprendimientos individuales entre los más destacados están los siguientes. Ají de Chachi, cuenta con una marca personal de venta de ají procesado artesanalmente con productos agroecológicos; “La granja Acuarela Najaim, que es un sitio donde hay agricultura agroecológica, permacultura” (entrevista, Manabí, 10 de septiembre de 2020, E15); Chocolates artesanal de Eduardo Parraga, producido bajo prácticas agroecológicas; Vinos de la señora Josefa, estos los procesa en su hogar de forma artesanal y con sabores muy innovadores como el vino de ovo; Cerro Seco, que es una reserva privada

que está ubicada en Bahía de Caráquez (Bellavista) designada para la conservación de bosques, pertenece a la red de bosques y reservas privadas que está registrada en el ministerio del ambiente. Tiene un sendero en el para caminatas y observar las especies y permite degustar los productos que se elaboran ahí, como panes dulces. (entrevista, Manabí, 13 de julio de 2020, E4).

La regularidad de las reuniones ha variado por el contexto global de la pandemia. De forma general, se realizan reuniones mensuales, el segundo viernes de cada mes, en el que se tratan asuntos referentes a la administración y la situación de los proyectos que se llevan adelante.

La FOCAZNOM es una organización formal de hecho y derecho, por medio de la cual se han logrado gestionar proyectos e iniciativas como: Asociación de Servicios de Alimentación La Criollita “ASOSALLITA”; Tienda Comunitaria y Centro de Acopio FOCAZNOM; Asociación de Mujeres Emprendedoras Producción Artesanal Arte, Sal y Dulce (ASOPROARDUL); Asociación de Producción Agrícola de Sacha Inchi (ASOSACINC); Asociación de Producción Agropecuaria Renacer con Esperanza (ASOPROARE).

ASOPROARDUL es la asociación de FOCAZNOM encargada del procesamiento artesanal de los alimentos. Entre los productos que elaboran están los vinos, muñecas artesanales, chocolates, mistelas, dulces manabitas tradicionales, rompopo, vinagre de guineo, mistela de maracuyá y mermelada de naranja.

ASOPROARDUL, como asociación de mujeres tiene como misión servir a las personas, entregar un producto sano, un producto que realmente sepa a la fruta que se está mencionando en la etiqueta, también rescatar productos que se están perdiendo, productos ancestrales que se estaban perdiendo.

Nacimos en medio del terremoto eso no implica que ya ahí empezamos a hacer cosas. Cada mujer como individuo hacia sus propias cosas, pero al unirnos como asociación entonces trabajamos en conjunto, el lineamiento que tenemos es ser respetuosas unas con otras y al mismo tiempo generar ingreso para la familia y para la comunidad y no permitir que la fruta se caiga al paso o caiga en manos del intermediario (entrevista, Manabí, 10 de septiembre de 2020, E15).

ASOSALLITA es una asociación adscrita a FOCAZNOM, de servicios alimenticios que está conformada por 20 socios activos 7 hombres y 13 mujeres. Fue registrada por la anterior

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria-SEPS, el 13 de julio de 2015. La estructuración orgánica está dividida por la junta general de socios, de la asociación conformada por 1 presidente, 1 secretario y 3 vocales principales. La junta de vigilancia, compuesta por vocales principales con sus respectivos suplentes. El administrador que es el representante legal y el contador.

Este proyecto tiene como fin principal la prestación de servicios de alimentación. En la actualidad presta sus servicios a ocho centros infantiles del buen vivir CIBV en San Vicente y Sucre, administrados por la FOCAZNOM, en los que atienden “a 260 niños/as de entre 12 a 36 meses de edad que demandan 4 tiempos de comidas diariamente (Desayuno (08H00); Refrigerio de la mañana (10H00); Almuerzo (12H00); Refrigerio de la tarde (15H00), para cubrir sus necesidades alimentarias y nutricionales según su edad, durante 11 meses durante el año”.

La preparación de los alimentos se realiza en las mismas comunidades en donde están ubicados los CIBV. Estas son San Vicente, Nueva Esperanza, Portovelo, San Isidro y Santo Domingo Chiquito.

El proyecto genera ocho empleos directos a socios de la federación y más de forma indirecta, ya que los productos utilizados para la preparación de alimentos provienen en gran parte de las fincas de los socios. El convenio establecido entre la federación y el MIES para la provisión de alimentos en estos centros infantiles ha abierto un nuevo circuito corto de comercialización que permite impulsar una alimentación saludable y diversificada. Se trata de una situación diferente que rompe la dinámica de mercado dominante y abre las puertas para que más organizaciones de este tipo que pertenecen a las RAA brinden este servicio mediante convenios con instituciones del Estado en la que ambas partes se ven favorecidas.

La Tienda Comunitaria y Centro de Acopio FOCAZNOM es uno de los proyectos con mayor impacto. Este tipo de tienda entra en la clasificación de tiendas campesinas en los Circuitos Alternativos de Comercialización ya que es una tienda de la organización, en la que se venden los productos de los socios campesinos.

Uno de los principios fundamentales de la tienda y centro de acopio es el contacto directo entre el productor y el consumidor. El vendedor de la tienda comunitaria es socio productor agroecológico, esto permite generar confianza por parte del consumidor con relación a los

productos que están comprando. Esto genera seguridad y se presenta como una especie de garantía para el consumidor de que los productos que están comprando poseen las características que les están ofreciendo.

2.1.2. Rancho Mila- Tierra BellBaum-Tierra del Rancho- La Tienda del Rancho

Las iniciativas Rancho Mila, Tierra BellBaum, Tierra del Rancho- La Tienda del Rancho son emprendimientos creados por la iniciativa una mujer manabita de y un ciudadano extranjero del Norte de Italia. Al asentarse esta pareja en el Ecuador nace este proyecto familiar en cantón Junín, sitio Caña, en un terreno de (2 ha) que pasarían a llamarse Tierra BellBaum. Este proyecto “nace con esta necesidad nuestra, de mi esposo y mía, de cultivar nuestros propios alimentos de manera limpia. Primero veíamos la necesidad de dejar de consumir, agrotóxicos y químicos, uno lo dice primero por la salud de uno” (entrevista, Manabí, 24 de octubre de 2020, E8).

Posteriormente, en el 2016 comenzó la iniciativa Rancho Mila como un proyecto agroturístico, de estancia y de ganadería responsable. Está finca está ubicada en un bosque seco tropical en la zona norte de Manabí en el cantón Sucre. En todos los procesos se utilizan técnicas de permacultura. Nace para promover el desarrollo rural integral en Manabí y afianzar en la mente del consumidor el compromiso con el medio ambiente.

Ese rancho es bastante grande, 200 ha más o menos, entonces hubo ahí la idea de hacer algo turístico, como hostel y mantener el ganado de una manera limpia, porque el ganado básicamente no recibe casi antibiótico, se alimenta de los cultivos que nosotros producimos dentro de la finca, sin químicos, están todo el día libre. Ellos están haciendo el pastoreo y solo se les trae alimento en la época seca porque hacen unas sequías bien grandes, les damos comida nuestra producida ahí mismo. Entonces eso fue un gran desafío para nosotros y a partir de ahí viene la elaboración de mantequilla, manjar, todo lo que se pueda hacer con los lácteos (entrevista, Manabí, 24 de octubre de 2020, E8).

La iniciativa de “La Tienda del Rancho” nació en febrero de 2021, los productos son vendidos de una forma muy innovadora, el espacio está creado con materiales del medio y la tienda tiene adecuada una carrocería de un vehículo (una vans) para exhibir los productos. El punto de venta está ubicado en Bahía de Caráquez en la calle Alberto Santos 131401, paralela a la del centro comercial “Paseo Shopping”.

Entre los productos que se ofertan en la tienda del rancho, están yogurt natural, vinagre de guineo, queso con sabores, cacao nibs, cúrcuma, compota de banano con cúrcuma, maní tostado, cítricos, ají y jengibre deshidratados, mermelada, café tabuga, aceite de coco.

Entre los procesos que garantizan la calidad de sus productos en esta iniciativa está el Sistema Participativo de Garantía (SPG) impulsado desde la Red de Guardianes de Semillas (RGS) y el Sello Pro Bio de la Corporación Ecuatoriana de Agricultores Biológicos.

En la web garantía-agroecologica.redsemillas.org de la Red de Guardianes de Semillas (RGS) mencionan que el sello Sistema Participativo de Garantía (SPG) brinda: “Garantía de la calidad ecológica y social de los productos, apoyo técnico de alta calidad a los productores, transparencia, información y educación para los consumidores, visitas de los consumidores a los sistemas productivos, defensa conjunta de los derechos de productores y consumidores, resolución de conflictos”.

El (SPG) “es una herramienta para apoyar a los productores en su camino hacia la producción ecológica y una guía para consumidores en búsqueda de productos que sostengan la regeneración de la sociedad y de la naturaleza” (RGS 2021, 1). De esta forma, este sistema se compone de ocho principios: “la producción regenerativa, insumos ecológicos, protege la salud y el ambiente, recicla, artesanal a escala familiar, mercados locales, equidad social y economía colaborativa” (RGS 2021, 1). La calificación se da en función de una flor con ocho pétalos, cada pétalo representa un principio, el número de pétalo representa los principios que cumple. Una flor con medios pétalos significa que el productor va por buen camino, pero aún debe mejorar su proceso para conseguir una producción regenerativa ecológica y social (RGS 2021).

El principio de producción regenerativa hace referencia a la producción integrada con el ecosistema local en el que conviven todos los organismos en equilibrio, es decir la producción de alimentos no altera los ciclos biogeoquímicos. El aspecto “insumos ecológicos” se refiere al respeto de la naturaleza, el preparar los propios insumos en las fincas y usarlos en su producción, el uso exclusivo de insumos no contaminantes al ambiente.

Protección de la salud y el ambiente, se evalúa si el proceso de producción no afecta al ecosistema ni a la salud de los consumidores y productores. El principio de reciclaje

contempla la minimización de la producción de residuos, en el que los empaques, e insumos utilizados permitan ser reciclados.

En el principio de producción artesanal y a escala familiar, se analizó que exista un predominio de la mano de obra humana, que el proceso que se realiza sea un arte y por último que sea sano, tanto para el productor como para el consumidor. De acuerdo con el análisis realizado, la producción se ofrece en mercados locales. Se generan espacios de encuentro y para compartir conocimientos e impulsar la comercialización local. El sistema cuida la equidad social, existe participación en igualdad de género, los trabajos son remunerados con los beneficios de ley, la relación con la comunidad es positiva.

En el principio de una economía colaborativa, se incluyen aspectos como precio de venta justo, para el consumidor y el productor. La forma de calcular el precio justo que involucre una remuneración justa para el productor se valora que se integren alternativas económicas como uso de trueque. (Red de Guardianes de Semilla, 2021).

En resumen, los SPG impulsados desde esta Red es una plataforma que ayuda a construir una comunidad entre los productores alternativos en oposición al sistema de producción de alimentos global dominante. Los miembros se constituyen en una red de apoyo en la que las fincas y productores nuevos se ven respaldados en los compañeros que cuentan con mayor experiencia.

Como se ha descrito en los párrafos anteriores, esta iniciativa familiar, en conjunto, tiene presencia en tres cantones de la provincia, en San Vicente con el Rancho Mila; en Bahía de Caráquez cantón Sucre como Tienda del Rancho y el cantón Junín como Tierra BellBaum. Estos tres emprendimientos se los considera como parte de la Red de San Vicente porque desde este punto se organizan los emprendimientos. Es importante mencionar que este Circuito Alternativo de Comercialización se encuentra articulado en los tres territorios. En Rancho Mila se producen los productos lácteos; en Tierra BellBaum frutas de temporada y productos deshidratados y en la Tienda del Rancho, al igual que en el hotel ubicado en Rancho Mila se comercializan los productos al consumidor final. Estos productos también son comercializados directamente al consumidor en la Feria agroecológica Bona Terra en Guayaquil. De esta forma se articula el Circuito Alternativo de Comercialización de esta iniciativa Familiar.

2.2. CIALCOS Portoviejo. Asociación de Productores Agropecuaria Agroecológica de Manabí (ASOPROMAN) y Bioferia Agroraices

La ASOPROMAN junto con Bioferia Agroraices constituyen el principal Circuito Corto de Comercialización Alternativo de Alimentos en el cantón Portoviejo y sus alrededores.

2.2.1. ASOPROMAN

En el caso de ASOPROMAN, la asociación obtuvo su personería jurídica el 8 de agosto de 2019 mediante resolución No. SEPS-ROEPS-2019-909214, ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Para su constitución tuvieron que enfrentar trabas a nivel de las instituciones como el desconocimiento de la visión y el término agroecología en la producción, al punto de no permitirles utilizar el término “agroecológico en su nombre” justificando que no existe tal concepción. Los directivos tuvieron que mantener una ardua discusión hasta lograr que las normas se adecuarán a las ideas. Poder constituirse como asociación de productores “agroecológicos” fue un logro muy valorado por los miembros. La organización se auto identifica como agroecológica y como alternativa al modelo establecido de la producción y de la comercialización de alimentos.

Esta asociación tiene como objetivo central la producción y comercialización de los productos agroecológicos y sus derivados artesanías. Los miembros fundadores son 10 personas que han estado inmersos en proyectos con corte alternativo.

La semilla para la creación de la asociación fue “extender los productos siempre con la filosofía de cambiar el sistema convencional de producción de alimentos, que es un sistema de producción con agrotóxicos, y sobre todo que nos respeten los derechos de los campesinos y de los productores, nosotros trabajamos en esa lógica” (entrevista, Manabí, 22 de agosto de 2020, E11).

El punto de partida para la creación de la organización fue el reconocimiento interno a la filosofía de la agroecología e identificar a las personas que persiguen sus mismos ideales con miras hacia lo alternativo, hacia la agroecológica y artesanal. En un inicio se tuvo varios participantes entre los que estaban los representantes de Tierra BellBaum, Rio Muchacho, Natura Orgánica. La mayoría de las que participaron han tenido influencia de sus experiencias en el extranjero.

Como antecedentes, el 15 de abril de 2016, justo antes del terremoto con epicentro en la provincia, se comenzaron las conversaciones con la Prefectura de Manabí, para integrar en su agenda los circuitos cortos de alimentación y comercialización, en articulación con los actores territoriales. Este evento marcó un antes y un después para las asociaciones y para la provincia.

Después del terremoto, las asociaciones y las ferias tomaron un nuevo impulso, convirtiéndose en formas de organización centrales para la recuperación tras el terremoto y para conseguir apoyo de organismos gubernamentales y no gubernamentales. De esta forma nació la Bioferia Portoviejo eco cultura en “El Campito” realizándose de forma periódica a partir de Julio de 2018. Posteriormente, las Bioferias continuaron en Manta una vez al mes en el centro comercial La Quadra y en el hotel Wyndham teniendo una muy buena acogida. La selección de estos lugares se dio por la predisposición de los administradores para apoyar el desarrollo de estas actividades que promueven una alimentación más sana. Posteriormente, por gestión de los miembros de la asociación las Bioferias volvieron a Portoviejo, situándose en el jardín botánico perteneciente a la Universidad Técnica de Manabí, estas se realizaron hasta 12 de marzo del 2020 a razón del confinamiento por la pandemia.

Los emprendimientos individuales que están adscritos a la asociación son Natura Orgánica, Finca Río Muchacho, Coffee Williams. Estos emprendimientos mantienen su dinámica propia y se unen en las bioferias para la comercialización.

Natura Orgánica y la finca agroecológica Santa Cecilia en la pandemia brindaron el servicio de entrega de canastas agroecológicas. En estos momentos de confinamiento surgió un auge en sus ventas con entrega a domicilio. Las familias optan por alimentos más sanos, locales y con la menor exposición al exterior.

2.2.2. Bioferia Agroraíces

La Bioferia Agroraíces tuvo sus inicios en Portoviejo en el “Campito”, por iniciativa de miembros de ASOPROMAN. En la actualidad ASOPROMAN y la iniciativa Bioferia Agroraíces siguen vinculadas, pero con directiva y organización distinta. Algunos miembros de ASOPROMAN forman parte de este espacio, pero actualmente, esta bioferia cuenta con una asamblea general de 70 miembros, con 25 iniciativas activas participando en la feria.

La Bioferia Agroraices se ha construido y redefinido como una respuesta de los productores, artesanos, asociaciones de productores, GADs y ONGs a la crisis acentuada por la pandemia del COVID 19. La Bioferia se concibe como “un espacio de comercialización directa de productores agroecológicos y de intercambio de saberes en la ciudad de Portoviejo”. Esta feria es un nuevo espacio de encuentro que nace desde las raíces de las Bioferias organizadas por ASOPROMAN. Esta iniciativa cuenta con el apoyo de FUNDES (Corporación para el Desarrollo y la Creatividad Productiva) y de la FAO.

En esta feria se dan cita productores, artesanos y dueños de emprendimientos alrededor de la producción agroecológica y de la alimentación. La bioferia Agroraices comenzó con una base de 73 feriantes adscritas a este espacio de 16 cantones de la provincia.

Entre los participantes están algunos miembros de ASOPROMAN, Apicola Arteaga, El Huerto de Raúl, Artesanías de bambú y madera (ARTIECO), Huertos Urbanos Colón, Comuna Las Gilces, FOCAZNOM, Rio Muchacho. En la actualidad la bioferia aún no está constituida como una organización de derecho. Las reuniones se realizan de acuerdo con las necesidades coyunturales de organización y las ferias se llevan a cabo cada 15 días, los sábados.

Con relación a los procesos que garantizan la calidad de los productos se encuentran en conversación Fundes y la FAO para desplegar una segunda fase del proyecto el que forma parte la construcción participativa de un manual de agroecología y una normativa para la aplicación de los Sistemas Participativos de Garantía en la provincia.

El 27 de noviembre de 2021 se desarrolló la primera edición de la Bioferia Agroraices. El primer evento fue un espacio de encuentro, de exposición cultural y de comercialización en la que se dieron cita diferentes emprendedores de la provincia y del país.

Las ferias se realizan con regularidad cada 8 o 15 días de acuerdo con las actividades planificadas. La duración de las ferias es desde las 10 am a 10 pm en el parque la Rotonda de Portoviejo.

2.3. CIALCOS Jama: Asociación de Productores Artesanales Coffeexpress (ASOPROCOFFEE) y Asociación de Producción Agrícola Tabuga (Aso Agrotabuga)

A continuación, se presenta la caracterización del circuito CIALCOS Jama, conformados por la Asociación de Productores Artesanales Coffeexpress (ASOPROCOFFEE) y Asociación de Producción Agrícola Tabuga (Aso Agrotabuga).

2.3.1. Asociación de Productores Artesanales Coffeexpress (ASOPROCOFFEE)

Asoprocoffe es una asociación comunitaria dedicada a la producción, transformación y comercialización del café. Su sede está ubicada en la comunidad Tabuga del cantón Jama. Se procesan artesanalmente el café de forma asociativa y de forma individual y posteriormente se distribuyen directamente al consumidor, en las instalaciones de la asociación, a través de ferias y a través de un intermediario en tiendas especializadas y otras iniciativas como hoteles.

Este proyecto nació posterior al terremoto a partir de tres personas caficultores que se unieron para crear un emprendimiento alrededor del café. De esta forma el café se convirtió en alternativa para diversificar sus ingresos. Se legalizaron ante IEPP en el 2018 y en la actualidad son 30 socios. Los socios productores venden el 25% de su producción a la asociación y la demás pueden venderles a otros compradores o sacar el café bajo su marca individual amparada por la organización y Café la Capira. En el desarrollo de la organización han tenido el apoyo de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales como MAG, GAD Manabí y CEFA.

En la organización se tiene como transversal el cambio generacional y el enfoque de género. ASOPROFFEE es una organización conformada por productores, en su gran mayoría mujeres con un 85% integradas en toda la cadena productiva lo que permite una mejor distribución en la economía familiar. Al ser liderada la organización por mujeres permite la visibilización del rol clave de esta en la producción y la economía.

En este proyecto participan también jóvenes en el proceso de transformación y catación del café. Los hijos de los productores participan, se capacitan con apoyo de la asociación en la transformación y preparación del café. Con el apoyo de diversas organizaciones y de la academia se ha consolidado la escuela del café en la organización. Los miembros que conocen la importancia del cambio generacional promueven la participación y capacitación de niños y jóvenes. En este espacio se les imparte conocimientos de toda la cadena del café desde la producción, cosecha, postcosecha para que sean ellos los que se apropien de esta tradición del café que está arraigada en la zona.

2.3.2. Asociación de Producción Agrícola Tabuga (Aso Agrotabuga)

Esta es una asociación dedicada en su mayor parte a la producción, transformación y comercialización de café agroecológico. Que utiliza en todos sus procesos principios amparados en la agroecología, economía social y solidaria, precio justo, y en general principios de Circuitos Alternativos de Comercialización. Agrotabuga es una asociación legalmente constituida el 31 de octubre de 2016 ante la Superintendencia de Economía Social y Solidaria. Está conformado por 30 socios, 9 mujeres y 21 hombres, 27 familias y 8 comunidades del cantón Jama.

Esta iniciativa asociativa nace de la necesidad de los productores de encontrar canales de comercialización para sus productos, de la necesidad de que sus productos sean pagados a precios justos y por un factor coyuntural que marcó el inicio y el desarrollo de esta y otras asociaciones como fue el terremoto con epicentro en Manabí en el 2016.

Este devastador suceso provocó una recesión y declive de la economía, pero al mismo tiempo se tornó como una oportunidad de desarrollar alternativas más sociales para la reactivación económica en el territorio. Las ONGs y el aparato del Estado volcaron su mirada y recursos a la provincia, esto impulsó la creación de asociaciones con un tinte más transformador y sustentable.

La organización cuenta con cuatro componentes productivos: Café Tabuga, Tabuga Friut, Tabuga Natura y Tabuga Bio. Café Tabuga cuenta con todas las áreas del proceso del café. Tabuga Friut que comprende áreas de procesamiento de frutas. Tabuga Natura que comprende el procesamiento de plantas medicinales y esenciales. Tabuga Bio que comprende la elaboración de biofertilizantes y biopesticidas.

Tabla 2.2. Resumen comparado de los CIALCOS en la provincia de Manabí

Indicadores	Focaznom	Rancho mila	Asoproman/bio feria	Asoprocoffe	Agrotabuga
El tipo de organización/c reacción	Productores campesinos y artesanos. 2000- El 17 de septiembre de 2004	Productores agroecológicos /2016	Productores campesinos y artesanos. 8 agost. 2019/ 27 de nov. 2021	Productores campesinos. 2017-04 jun. 2018	Productores campesinos. 31 oct 2016

Indicadores	Focaznom	Rancho mila	Asoproman/bio feria	Asoprocoffe	Agrotabuga
Factores que incidieron en la conformación de las iniciativas	Necesidad de contar con una organización que los ampare. Necesidad de una organización que defienda sus derechos. Los precios desfavorables de los productos. El terremoto propicio la creación de emprendimientos	Cultivar sus propios alimentos de manera limpia.	Cambiar el sistema convencional de producción de alimentos. Contar una organización que consagre sus ideales. Contar con un espacio de comercialización agroecológica.	Terremoto, necesidad de una organización para gestionar recursos y proyectos.	Terremoto, necesidad de una organización para gestionar recursos y proyectos.
Tipos de circuitos utilizados	Circuitos cortos directos e indirectos. Sin intermediarios	Circuitos cortos directos. Sin intermediarios en sus puntos de ventas y máximo 1.	Circuitos cortos directos. Sin intermediarios o máximo 1	Circuitos cortos directos e indirectos. Sin intermediarios o máximo 1.	Circuitos cortos directos e indirectos. Sin intermediarios o máximo 1
Tipo de productores involucrados y prácticas productivas	Productores campesinos, artesanos.	Productores familiares	Productores campesinos, agroecológicos productores huertos urbanos, artesanos	Productores campesinos: finca montubia	Productores campesinos; finca montubia.
La regularidad de las reuniones de sus miembros	Mensuales, segundo viernes de cada mes	Emprendimiento familiar. En la feria cada 15 días.	Mensuales	Mensuales	Mensuales
Tipo de consumidores /relación con clientes	Punto de venta y ferias: Población rural comunidades /urbana del cantón.	Feria Bonaterra: población urbana. Punto de venta: urbana del cantón.	Feria: población urbana. Relación directa cuando se vende en ferias.	Punto de venta comunidad: Turistas, población cercana. En Restaurantes, hoteles, tiendas agroecológicas	Entrega a domicilio a consumidores finales en restaurantes, hoteles, tiendas agroecológicas

Indicadores	Focaznom	Rancho mila	Asoproman/bio feria	Asoprocoffe	Agrotabuga
	Relación directa cuando se vende en comercios propios y ferias.	Relación directa cuando se vende en comercios propios y ferias.		ausencia de relacionamiento.	Relación directa en ferias e indirecta en locales de distribución.
Seguridad en la venta de la producción	Existe seguridad en la venta de la producción. Los productores que venden sus productos a la tienda comunitaria, los servicios de alimentación y los proyectos reciben el pago por sus productos al momento de la entrega.	El 80% de la producción es vendida en la feria Bonaterra. El otro porcentaje en el emp. familiar tienda del rancho y Rancho Mila.	No hay seguridad de colocación de la producción; por este motivo, los productores combinan distintos tipos de canales de venta	Existe seguridad en la venta de la producción de café. La organización garantiza la compra del 25% de la producción.	Existe seguridad en la venta de la producción de café. La organización garantiza la compra del 50% de la producción.
Apoyo externo (El rol de las instituciones públicas y privadas como actores en el funcionamiento de las redes)	Heifer Ayuntamiento de Logroño Uleam GAD San Vicente GAD Manabi IEPS, MAG.	Como iniciativa individual, apoyo de Red de Guardianes de Semilla.	GAD Manabí GAD Portoviejo Portoparques FAO FUNDES	CEFA GAD Manabí GAD Jamá GAD Pedernales ULEAM	Gobierno de Japón GAD Manabí GAD Jamá GAD Pedernales Instituto nacional de Patrimonio Cultural
La periodicidad de las ferias o venta de sus productos	Diaria en el punto de venta. 3 ferias anuales. Ferias semanales.	Diaria en el punto de venta. Cada 15 días en feria Bonaterra Guayaquil.	Cada 8 días/ Cada 15 días	No tienen ferias propias. Diario en punto de venta. Participan feria agroecológica San Vicente. Ferias MAG	No tienen ferias propias. Participan en la feria agroecológica San Vicente Ferias MAG. Venta diaria en puntos de ventas FOCAZNOM

Indicadores	Focaznom	Rancho mila	Asoproman/bio feria	Asoprocoffe	Agrotabuga
Beneficios logrados	Mejora de los ingresos de los productores. Planta de procesamiento. Tienda comunitaria, centro de acopio. Capacitaciones, escuela de agroecología Participación en proyectos de inversión	Bonaterra: Lugar de venta de los productos. Red de Guardianes : Certificación de Calidad. Acceso a capacitaciones.	Espacio de venta estable. Carpas, mesas para las ferias. Promoción de la feria por medios de comunicación.	Mejora de los ingresos de los productores. Garantía en la compra de la producción. Escuela del café. Planta de procesamiento artesanal de café	Mejora de los ingresos de los productores. Garantía en la compra de la producción. Planta de procesamiento artesanal de café.

Fuente: Elaborado por la autora.

Capítulo 3. Funcionamiento de las Redes Alternativas de Alimentación (RAA) en la provincia de Manabí

En este capítulo se describe el funcionamiento de las RAA en la provincia de Manabí con relación a las dimensiones espacial, relacional, funcional, política, económica y ambiental.

3.1. RAA San Vicente

Existen dos RAA en el cantón San Vicente. Por un lado, está la red conformada por FOCAZNOM, las comunidades socias y los emprendimientos individuales y asociativos adscritos. Las comunidades socias de la FOCAZNOM que entregan sus productos de forma directa a la tienda comunitaria y las asociaciones de producción para ser distribuidos y transformados. Por otro lado, se encuentra el Rancho Mila que forma parte de otra RAA en el cantón con la particularidad que venden gran parte de los productos fuera de la provincia en la feria Bonaterra en la provincia del Guayas.

3.1.1. Federación Campesina de la Zona Norte de Manabí (FOCAZNOM)

FOCAZNOM (Federación de Organizaciones Campesinas de la Zona Norte de Manabí) “es una organización campesina que trabaja para alcanzar la seguridad y soberanía alimentaria para sus comunidades a través de la agroecología; preserva el ambiente, así como fortalece al talento humano en liderazgo político-organizativo, agroecológico y demás áreas productivas para lo que gestiona y ejecuta proyectos a favor de sus comunidades y sus socios”.

3.1.1.1. Dimensión espacial

Los productos de la red son producidos, transformados y comercializados en la provincia, y en su gran mayoría en el mismo cantón. Los productos provienen de las comunidades socias de la federación. El centro de acopio y la planta de elaboración de productos artesanales se encuentran en el centro de San Vicente. El centro de acopio de ASOSALLITA se encuentra en un lugar estratégico junto al mercado municipal vía a la parroquia San Isidro. Los productores asociados a la federación comercializaban sus productos en un inicio en las afueras de la planta de procesamiento. En un stand, a las 8 de la mañana se acopian los productos de las diferentes comunidades, en los que participaban los mismos productores vendiendo sus productos. Esta feria se realizaba de forma semanal los lunes que son las ferias del cantón.

En la actualidad, los productos se comercializan en la tienda comunitaria y en las ferias en las que participan que son en el mismo cantón y en algunas ocasiones en ferias en otros cantones. Las ferias en las que suelen participar se realizan en Sucre, Bahía de Caráquez que se encuentra en carro a 9 min, 6 km de distancia y Portoviejo que se encuentra en carro a 1h 30 min, 74 km de distancia aproximadamente de la tienda comunitaria. Los consumidores son principalmente de la misma cabecera cantonal y de las comunidades socias. El tiempo promedio que los productores tardan en traer al centro de acopio sus productos oscilan entre 30 y 50 min.

3.1.1.2. Dimensión relacional

En las siguientes líneas se presentan los elementos que conforman la dimensión relacional, a saber, nivel de distribución, Participación e interacción de diferentes actores, entidades públicas, Organizaciones no gubernamentales y cooperación internacional, Espacios en los que convergen las relaciones económicas y relaciones sociales, puntos de venta y tipo de organización.

Niveles de distribución

De forma general en las redes alternativas se establece dos niveles de distribución, la venta directa y a través de un único intermediario local o asociativo. Por un lado, la venta directa es cuando el productor entrega los productos al consumidor final. Por otro lado, la venta por un único intermediario es a través de otro productor, asociación o tienda comunitaria. El nivel de distribución de la red es de venta directa sin intermediarios. A través de las ferias semanales que se realizan cada lunes, los socios venden sus productos agroecológicos al consumidor final. En la actualidad, la organización cuenta con una tienda comunitaria en la que diariamente se venden los productos directamente al consumidor. Los productores traen sus productos al centro de acopio y estos en la tienda comunitaria son distribuidos a los consumidores. En palabras de una de las dirigentes de FOCAZNOM (entrevista por Mary Giler, 21 de diciembre de 2020, E7) “los productos se venden directamente al consumidor, desde el campo llegan y se venden al consumidor, no tenemos ningún intermediario”.

Los productores destacan los beneficios de vender directamente al consumidor y las desventajas de vender los productos a través de intermediarios. Al venderlos directamente al consumidor el productor obtiene una retribución más justa por su trabajo. “No tenemos intermediarios, de ser el caso tendríamos que hacerles a los intermediarios un descuento y con

eso ya cambiaría todo, no tenemos un capital como para dar facilidades de pago” (entrevista, Manabí, 24 de octubre de 2020, E12). “Nosotros tenemos que vender directamente al consumidor final porque el intermediario nos paga un precio bajo y ellos ganan más que nosotros los que producimos” (entrevista, Manabí, 13 de julio de 2020, E3).

La intermediación en las cadenas de comercialización disminuye la rentabilidad de los productores. En las conversaciones que se mantuvo con los productores de esta organización manifestaban que: al tener una producción más variada y vender directamente sus productos agroecológicos a los consumidores obtienen más ganancias que las que obtenían antes al venderlos en los circuitos convencionales con alta intermediación.

Participación e interacción de diferentes actores

FOCAZNOM es una organización de segundo grado “que inscribe socios que son las comunidades, no las personas, entonces tenemos 19 organizaciones campesinas que son socias legales, ahí tenemos como unas 10 fraternas, y tenemos 3 asociaciones de la economía popular y solidaria que entre esas está la Asoproardul, que es la que hace las artesanías los dulces, y está Asosallita que es la que ahora tiene la tienda comunitaria y el comedor” (entrevista, Manabí, 27 de diciembre de 2020, E7).

A nivel nacional FOCAZNOM es filial de FENOCIN (Confederación Nacional de Organizaciones Campesinas Indígenas y Negras) y por ende fundadora de la CLOC -VC (Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo -Vía Campesina). FENOCIN como lo indica en su página es una “organización de la sociedad civil que reivindica los derechos de los campesinos en Ecuador, teniendo como principios la interculturalidad, soberanía alimentaria, revolución agraria, economía solidaria, comercialización”. Estas organizaciones contribuyen generando talleres, ferias, escuelas de capacitaciones en diversas áreas como saberes ancestrales, producción agroecológica y con un rol central al conectar a la organización con diversas ONGs.

Entidades públicas

La interacción del circuito de San Vicente con las entidades públicas es constante. El GAD del cantón aporta con capacitaciones en el ámbito agroalimentario. El ministerio de producción cuando realiza ferias, con los viáticos de los feriantes. El IEPS (Instituto de

Economía Popular y Solidaria) gestionó la construcción del centro de acopio, tienda comunitaria y cocina central para brindar el servicio de alimentación para Centro del Buen Vivir (CBV), con un monto de inversión por parte de esta institución de IEPS \$210.700,06. La relación que mantienen con el MIES es a través de los contratos generados para la alimentación de los CBV.

Organizaciones no gubernamentales y cooperación internacional

El apoyo no gubernamental ha venido de diferentes organizaciones que han aportado con capacitaciones e inversión que se traducen en el centro de producción artesanal. Entre las organizaciones no gubernamentales que han generado apoyo está el Ayuntamiento de Logroño y Heifer.

EL apoyo de Heifer nace desde el proyecto “Desarrollo rural sostenible y conservación de recursos naturales en la región pacífica de Ecuador y Colombia”, impulsado por la Fundación Heifer Ecuador con el aporte del Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo BMZ y la organización alemana Johanniter y tiene como objetivo apoyar el fortalecimiento de negocios con identidad en las provincias de Esmeraldas y Manabí” (Heifer, 2021). Heifer gestiona el apoyo desde capacitaciones

El ayuntamiento de Logroño y VII Marcha BTT Carlos Coloma con Cooperera contribuyeron con la construcción de la planta de procesamiento, ASADUL (Aceite, Sal y Dulce) y la planta Sabores de Valle de Hacha. El Ayuntamiento de Logroño como financiador, ONGD Cooperera como ejecutor y GAD de San Vicente como socio local. Al ser San Vicente el segundo cantón más afectado en Manabí tras el terremoto en Manabí vio la necesidad de fortalecer las capacidades productivas en el cantón. En el marco del proyecto “Sostenibilidad y Sustentabilidad Económica, Productiva- Turística Post Terremoto de las Asociaciones de Mujeres de Producción Artesanal y afines del Cantón San Vicente”. se invirtió: 108.034 € que es aproximadamente \$125.254,08 dólares con el fin de apoyar a las mujeres del cantón a través de las organizaciones ASOPROARDUL y ASOSIACIN.

Espacios en los que convergen las relaciones económicas y relaciones sociales

Para analizar la dimensión social del mercado y cómo los actores sociales se articularon para enfrentaron a los procesos de desencastamiento o desraizamiento de las economías son

válidas las siguientes hipótesis planteadas por (Martínez Valle 2012, 15) y puesta en verificación en la investigación de campo.

Estos espacios no solo eran utilizados por los productores rurales para realizar transacciones de compra y venta, sino también para reactivar las redes sociales hacia dentro y hacia afuera, para recrear prácticas culturales tradicionales religiosas o profanas, en definitiva, para construir una dinámica social en un espacio que mirado desde fuera podría ser considerado como predominantemente económico. La temprana configuración de las “ferias campesinas” en el mundo andino, por ejemplo, muestra una faceta poco investigada desde la perspectiva de la “construcción social”, es decir, de la abigarrada configuración de redes sociales y económicas fuertemente “encastradas” en el territorio, donde la dimensión económica existe, pero subsumida en las relaciones sociales (Martínez Valle 2012, 15).

Esta hipótesis planteada por Luciano Martínez Valle es corroborable en los espacios o ferias impulsadas por la federación. Anualmente FOCAZNOM organiza tres ferias en la que se entrelazan relaciones de confianza y reciprocidad. La Feria Agroecológica, Festival de Sabores y Saberes, y el Festival de intercambio de semillas son espacios de encuentro donde interactúan todas las comunidades, las personas del casco urbano y organizaciones afines. Estos espacios junto con la feria semanal que se desarrolló coadyuvan a fortalecer las relaciones entre los diferentes actores que forman parte de la red. En este caso, ocurre de forma muy similar a lo que señala Martínez Valle (2012, 15) que ocurre en el mundo andino, en estas ferias “la dimensión económica existe, pero subsumida en las relaciones sociales”. Es decir que la dimensión económica del mercado es una parte del espectro de las relaciones sociales que se desarrollan. Estas prácticas no han sido absorbidas por el mercado por las relaciones sociales que se entrelazan. Estos espacios y relaciones pasan a constituirse como innovaciones sociales que destacan factores no económicos en su desenvolvimiento como la confianza, la reciprocidad y solidaridad.

Puntos de venta

Tras arduos esfuerzos de la organización de base y de sus líderes lograron obtener financiación para la construcción del centro de acopio comunitario como proyecto Asosallita. En este centro se acopian los productos de las comunidades adscritas a FOCAZNOM para ser distribuidos. Este es el principal lugar en donde se comercializan los productos de los socios.

Tipo de organización

El tipo de organización que se genera en la red es alrededor de los productores y la organización de estos actores de la Red. El proyecto de esta organización campesina data desde el 2000 con el inicio de sus actividades, y desde 2004 con su legalización. Alrededor de esta organización madre FOCAZNOM se desarrollan proyectos y asociaciones en el ámbito agroalimentario. De estos proyectos forman parte personas de las distintas comunidades adscritas a la federación.

3.1.1.3. Dimensión Económica

Precio y comercio justos

De acuerdo con la literatura el comercio justo “tiene como finalidad establecer relaciones más justas y equitativas de comercio a través de las diferentes prácticas sociales y el ejercicio de valores que permiten una relación más directa entre los productores y los consumidores” (Muñiz Jaime et al., 2019).

Obtener un precio justo por los productos agroecológicos y artesanal en la organización es una situación que se ha tornado compleja. Por un lado, se está logrando un precio más justo al omitir la intermediación en la venta de los productos. Por otro lado, los productos que se ofertan, para ser competitivos, se venden a un precio equiparado con la producción convencional. Sin embargo, en el caso de los productos artesanales requieren muchas horas de trabajo y utilización de productos reutilizables como envases de vidrio lo que conlleva mayor inversión en su producción. En el caso de la producción agroecológica también conlleva el cuidado arduo de la producción y de elaboración de los productos de control de plagas y fertilización. Por lo que también requiere de un uso intensivo de mano de obra. Estos factores conllevan a que el trabajo de los productores agroecológicos y artesanales no sea al cien por ciento retribuido. Pero de forma general, en porcentaje mencionan que lo que reciben por la venta de su producción sustentable en la tienda comunitaria y en las ferias que participan es mayor a lo que han podido recibir en la producción y venta convencional.

3.1.1.4. Dimensión Funcional

En esta dimensión se incluyen las estrategias adaptativas asumidas por la red contexto de la pandemia y las estrategias de ventas de sus productos. En Julio de 2020 retomaron la venta de alimentos en el punto de venta, en los días de feria del cantón que son los lunes.

Posteriormente, tras la inauguración del proyecto de tienda asociativa, que se dio aun en el

ámbito de la pandemia, se redirigió la venta de los productos a este espacio, en el que se venden sus productos de forma permanente. Esta estrategia ha permitido que los consumidores tengan un punto de venta fijo durante toda la semana, en el que pueden adquirir sus productos. Esta estrategia ha permitido mantener al grupo de consumidores, que los ingresos de los productores se mantengan y mantener el espacio de encuentro y venta activo.

La tienda comunitaria “ASOSALLITA” es un espacio al que los consumidores pueden acudir a abastecerse de productos agroecológicos, frescos y procesados artesanalmente.

Adicionalmente a la oferta de los productos agroecológicos han incluido en sus perchas abarrotes como jabones, atunes, fideos y demás. Esto ha permitido que sus consumidores compren en el mismo lugar los productos agroecológicos, artesanales y los demás productos de su canasta de consumo. También ha permitido, un tipo de intercambio podríamos para los socios. Los productores entregan para la venta los productos de sus fincas y en la misma tienda compran los demás productos que necesitan para sus hogares. Esta estrategia ha permitido conseguir un mayor número de consumidores para los productos locales y también que sus socios puedan adquirir productos de su canasta básica a mejores precios en la misma tienda comunitaria en la que venden sus productos.

3.1.1.5. Dimensión política

Alcanzar la soberanía alimentaria también se torna como un objetivo político de la organización. Al ser una organización que nace desde las bases campesinas, sus líderes la adscribieron a la Vía Campesina ya que comparten los mismos objetivos. Desde esta organización madre y con la visión de Soberanía Alimentaria desarrollada a partir de su experiencia apuntan a la reivindicación de lo local. Desde esta perspectiva, para ellos el actor central en las políticas agrarias y alimentarias es el campesino y la agricultura campesina sustentable. Las políticas agrarias y alimentarias nacionales deben nutrirse de las experiencias locales, y que estas políticas se adapten a las necesidades de los territorios desde los diferentes niveles de gobierno y sobre todo el nivel local que es el que está en mayor contacto con la realidad local.

El poder de decisión en la organización recae sobre los miembros de la organización, en las reuniones los directivos y los socios en forma de asamblea deciden sobre los lineamientos a seguir en el colectivo y las alianzas y estrategias a implementar.

3.1.1.6. Dimensión ambiental

Producción agroecológica

En resumen, los criterios que utilizan los productores para definir su producción como agroecológica están fundamentados en los siguientes criterios de agricultura saludable, de ser dueños de sus propios productos y fincas, de productos sin químico, la garantía mutua de producción agroecológica, aplicación de principios agroecológicos como la asociación y rotación de cultivos y uso fertilizantes orgánicos.

Producción artesanal sustentable.

La producción es artesanal para el valor agregado de ciertos productos, con saberes ancestrales.

En ASOPROARDUM, transformamos las frutas en mermeladas, en vinos, en jaleas, en productos picantes, y nos manejamos, también se hacen mistelas, se hace rompopo y también se está realizando no solo el rompopo sino también la mistela de leche. Se lo vende y está en este momento comercializando en la planta de ASADUL en San Vicente, es la forma en la que se está trabajando, o en pequeños pedidos de personas que desean los productos, se está empezando también a trabajar en la feria de eco cultura que hay en bahía, en este mes vamos a participar, a finales de septiembre (entrevista, Manabí, 10 de septiembre de 2020, E15).

3.1.2. Rancho mila

A continuación, se presentan las diferentes dimensiones para Rancho Mila.

3.1.2.1. Dimensión espacial

En la iniciativa familiar Rancho Mila, la distancia que recorren los alimentos del productor al consumidor final es de una provincia a otra. El principal mercado para estos productos es en la ciudad de Guayaquil en donde venden sus productos en la feria Bonaterra. El tiempo promedio de recorrido es 4h 37 min, aproximadamente 258,6 km por E482. “Algo importante de resaltar es que para nosotros Guayaquil es un mercado importante, las ventas que tenemos al mes, el 80% es de Guayaquil”. (entrevista, Manabí, 24 de octubre de 2020, E8).

El mercado agroecológico en Manabí es todavía ambiguo, en ciudades como Guayaquil existe mayor demanda de productos sustentables y producidos de forma agroecológica. “Manabí le

digo, para que tenga en sus apuntes, es un mercado bien difícil, en la apertura de lo agroecológico todavía estamos insistiendo” (entrevista, Manabí, 24 de octubre de 2020, E8).

3.1.2.2. Dimensión relacional

Niveles de distribución

La distribución de los productos de este circuito es en su gran mayoría directa, sin intermediarios. Los dueños del emprendimiento distribuyen sus productos en las instalaciones del hotel ubicado en “Rancho Mila”, en el punto de venta que le denominan “La Tienda del Rancho” y en la feria Bona Terra en Guayaquil.

Los alimentos se venden directamente al productor en la “Tienda del Rancho” de los mismos dueños ubicada en Alberto Santos 131401 Bahía de Caráquez. En esta tienda venden los productos de sus fincas y también productos de emprendimientos afines que mantienen la misma lógica de producción agroecológica y producción orgánica.

Adicionalmente, donde se comercializa gran parte de los productos de este emprendimiento es en la feria Bona Terra en Guayaquil, que es “Un espacio familiar de consumidores responsables e inteligentes de productos orgánicos adquiridos directamente de la mano del agricultor” (entrevista, Manabí, 24 de octubre de 2020, E8). En la feria Bona Terra, es un espacio que promueve el comercio justo, la venta directa entre el consumidor y el productor. Los productos que se venden en esta feria son agroecológicos y artesanales. Esta feria tiene como objetivo promover el desarrollo de los pequeños agricultores y de igual forma impulsar una alimentación sana entre los consumidores. También distribuyen sus productos en comercios locales que venden productos orgánicos en Manta en la Bio tienda “La Sirena” y en locales de productos convencionales como el comercio La Josefina en Junín, y en el comercial Junical en la ciudad de Calceta.

3.1.2.3. Dimensión económica

La definición del precio de venta de sus productos se da en función de la búsqueda de un precio justo para el consumidor y permita una retribución justa al productor por el tiempo y los demás factores productivos utilizados. También, en estos emprendimientos existe equidad social en la medida de que las personas involucradas en el proceso reciben una retribución

económica que corresponde a su participación en el proceso. En estas iniciativas se practica las economías colaborativas y alternativas económicas en los espacios de comercialización.

3.1.2.4. Dimensión funcional

Las estrategias de ventas de sus productos asumidas por esta iniciativa son variadas. Han buscado nuevos mercados fuera de la ciudad como la feria Bona Terra que se lleva a cabo en provincia del Guayas consolidándose como el principal mercado de venta de sus productos al cual acuden cada 15 días. “Algo importante de resaltar es que para nosotros es un mercado importante, las ventas que tenemos al mes, el 80% es de Guayaquil” (E8 entrevista por Mary Giler, 24 de octubre de 2020).

Otra de las estrategias que asumieron fue la creación de un local de venta propio en el cantón Sucre en la cabecera cantonal Bahía de Caráquez, en el que venden los productos que cosechan y los que procesan artesanalmente, adicionalmente comercialización productos de emprendimientos agroecológicos para complementar su oferta y en el caso de no encontrar productores agroecológicos venden productos orgánicos. Los productos que ofertan en la Tienda de Rancho son 100% libres de agroquímicos.

Como se mencionó en párrafos anteriores también buscan nuevos mercados en los que vender sus productos, como tiendas con cierto tinte alternativo que den apertura a emprendimientos con productos agroecológicos. En este caso las tiendas en las que han vendido sus productos son en “La Josefina” ubicada en Junín y Junical con sucursales en Calceta y Junín.

Los productos de las diferentes fincas también se ofertan en el hotel del mismo nombre ubicado en el Rancho Mila, para venta a los visitantes y a los huéspedes. Estos productos pueden ser adquiridos en el hotel como parte de las comidas diarias que ofertan y para consumo fuera del hotel.

3.1.2.5. Dimensión política

Existe una preocupación desde las familias dueñas de estos emprendimientos por alcanzar la soberanía alimentaria y por construir un colectivo que trabaje por estos mismos objetivos. Estas iniciativas son parte de la Red de Guardianes de Semilla que son un colectivo que busca proteger la agrobiodiversidad y promover los sistemas regenerativos en el país. Como mencionan en su página trabajan “desde 2002 en permacultura, agroecología,

bioconstrucción, soberanía alimentaria, economía solidaria, alternativas en educación y tecnologías apropiadas”.

3.1.2.6. Dimensión ambiental

Los emprendimientos como son Rancho Mila, Tierra BellBaum y la tienda del Rancho cuentan con Sistemas Participativos de Garantías (SPG) otorgado por la Red de Guardianes de Semilla (RGS). En este sistema se incluyen principios de garantía agroecológica como son el de protección a la salud y el ambiente; reciclaje; producción artesanal y a escala familiar; mercados locales; equidad social; economía colaborativa; producción regenerativa; e insumos agroecológicos.

En lo que respecta a la producción regenerativa, la protección de la salud y el ambiente les asignaron medio pétalo porque en la finca es posible aplicar prácticas de regeneración del bosque, factor que en la actualidad están trabajando al sembrar especies nativas.

En relación con los insumos ecológicos, en estas fincas se elaboran los insumos con materia prima propia de los emprendimientos de los que son responsables. El principio de reciclaje lo cumple completamente ya que minimizan el uso de materiales en la producción y comercialización y reciclan los residuos. En lo referente al principio de producción artesanal lo cumple al predominar la mano de obra humana y a escala familiar, pero si bien la familia vive en una de las fincas y visita constantemente las otras, tiene trabajando personas que no pertenecen al núcleo familiar, es decir contratan mano de obra externa a la familiar.

Los productos se venden en mercados locales en la misma provincia y en la una feria de otra provincia directamente del productor al consumidor. El tiempo promedio de recorrido es 4h 37 min, aproximadamente 258,6 km. Los principios de equidad social y economía colaborativa los practican en sus procesos como se mencionó en párrafos anteriores.

3.2. RAA Portoviejo

3.2.1. Asociación de Productores Agropecuaria Agroecológica de Manabí (ASOPROMAN) – Bioferia Agroraices

3.2.1.1. Dimensión espacial

En el cantón Portoviejo la proximidad espacial que mantienen los productos con el consumidor es corta. Los productos producidos y transformados por ASOPROMAN en

modalidad de canasta se destinan al mismo cantón Portoviejo, en donde está la sede de esta asociación, al cantón Manta que está a 35 min de distancia de la capital, es decir si existe una proximidad espacial entre los productores y consumidores. En la modalidad de ferias que organiza la ASOPROMAN en el Jardín Botánico la realidad de la proximidad espacial era muy parecida. Los principales compradores en el caso de la feria que se realizaba en El Jardín Botánico eran del cantón Portoviejo.

En la reactivación de las bioferias bajo el nombre de Bioferia Agroraices ahora con el apoyo de Fundes y FAO, siguen participando algunos miembros de ASOPROMAN, y diversificada con asociaciones y emprendimientos afines. El lugar de la feria sigue siendo Portoviejo, la feria inaugural se llevó a cabo en el parque forestal y las siguientes ediciones en el parque la Rotonda. La población consumidora es sobre todo del mismo cantón considerando que el cantón Portoviejo es el de mayor número de habitantes de la provincia y está concentrado en el casco urbano.

De la ciudad de Portoviejo donde se comercializan los productos en la feria al lugar de donde se producen a un tiempo máximo de 3 horas o 150 km de distancia. La distancia a San Isidro es de 146,9 km por Ruta del Spondylus/Troncal del Pacífico/E15 y Ruta del Spondylus/E15 alrededor de 2 h 35 min. San Vicente se encuentra a 1 h 27 min (75,6 km) por Ruta del Spondylus/E15. La comunidad Río Muchacho 2 h 2 min (106,5 km) por Ruta del Spondylus/E15.

Esta distancia que se menciona ha hecho que algunos productores no participen de forma continua en las ferias. A los productores que tienen sus emprendimientos más alejados del lugar de la feria en este caso San Vicente y San Isidro se les dificulta asistir a la feria en Portoviejo ya que no se cuenta con un grupo de consumidores estables que garanticen la venta de los productos. Los costos de transportar sus productos son altos y sus ventas no se encuentran garantizadas.

3.2.1.2. Dimensión relacional

Niveles de distribución

El nivel de distribución que se maneja en la asociación es distribución directa y en algunos casos distribución a través de un intermediario. En las ferias que se organizan la distribución de los alimentos es de forma directa del productor al consumidor. “nosotros tratamos de evitar

cualquier tema de intermediación entre el producto que sale del campo y el consumidor” (entrevista, Manabí, 22 de agosto de 2020, E11).

Pero la definición de intermediarios en este espacio estaría en discusión ya que en los casos que se distribuyen por terceros, estos son parte de la misma asociación, ya que al criterio de (entrevista, Manabí, 20 de agosto 2020, E16) “tenemos una zona de distribución directa que es en la zona norte, y los intermediarios llamémosle conectores, en Portoviejo y en Manta que son otro grupo de gente que antes estaba vinculada a las ferias. ya no se podrían considerar intermediarios porque pertenecen al mismo grupo”. Este criterio es válido ya que en la misma literatura se puede encontrar que cuando existe una participación directa de los productores y consumidores así esta ocurra fuera de la finca en ferias agroecológicas se las puede considerar como venta directa.

En este sentido, algunas de las iniciativas que formaban parte de este CIALCO por la venta de canastas de alimentos, para completar su oferta de productos compraban o utilizaban productos de otros socios y productores.

Participación e interacción de diferentes actores en la red

En la consolidación de este espacio “Bioferia Agroraices”, las instituciones públicas y privadas han desarrollado un rol muy importante. Un ejemplo claro es el GAD Portoviejo que en el 2022 cedió por un año un espacio para que se desarrolle la feria. Por medio de Portoparques el municipio brindó un espacio en el Parque “La Rotonda” ubicado en un lugar estratégico de la ciudad, que cuenta con gran afluencia de personas y con la infraestructura idónea como es espacio para desplegar las capas de los feriantes, baterías sanitarias, estacionamiento, áreas verdes, acceso peatonal, ubicación cercana a parada de buses.

Las características mencionadas en el párrafo anterior hacen que este lugar tenga un alto potencial para constituirse como espacio idóneo para la comercialización. Encontrar un espacio fijo y adecuado para el desarrollo de la feria es considerado un gran logro para los miembros de la Bioferia. Por un lado, suprimen el trámite tedioso de gestionar permisos para el desarrollo de cada evento, que ahora por las circunstancias es mucho más largo y complicado. Por otro lado, tener la seguridad de contar con un espacio seguro y adecuado les permite enfocar su atención en crear estrategias para que la feria se consolide como una experiencia agroecológica exitosa.

En esta iniciativa confluyen intereses de los diferentes actores del territorio lo que ha permitido crear alianzas entre los diferentes actores. El municipio tiene el interés de validarse como municipio saludable para acceder a líneas de financiamiento. La FAO lanzó el proyecto de Alimentando a la Ciudad. La Fundación Maquita tiene el interés de instituir el comercio justo en el cantón Portoviejo y cantones aledaños como Junín y Santa Ana desde proyectos como “Tejemos Comercio Justo y Economía Social y Solidaria En Manabí” con enfoque de género y orientados a la producción agroecológica para consolidar la declaratoria de Portoviejo como ciudad de comercio justo. La necesidad de los productores agroecológicos y alternativos de contar con un espacio de comercialización.

El municipio de Portoviejo hace un primer acercamiento con la FAO desde las miras de constituirse y validarse como un municipio saludable de la mano de los principios de la Seguridad y Soberanía Alimentaria. Para alcanzar esta certificación es necesario tener espacios de producción saludable y de comercialización justa. Para lograr este objetivo era necesario tener proyectos de huertos urbanos, de espacios de comercialización directa y comercio justo eran necesarios. En este sentido, interviene Fundes como vínculo entre el municipio, la FAO, ASOPROMAN y estos actores del territorio claves en el ámbito agroalimentario para la consolidación del proyecto de la Bioferia Agroraices. La Bioferia se construyó de esta convergencia de intereses de los actores en el territorio.

La relación entre los productores y consumidores se encuentra en proceso de consolidación. Aún no cuenta con una población de consumidores fidelizada.

Los consumidores juegan un rol importante en la sostenibilidad y territorialización de los RAA. En el CCC es un punto que se debe abordar ya que no se ha logrado articular una red de consumidores, o contar consumidores fijos que incentive a los productores a diversificar más los productos ofertados y que atraiga a más productores a participar de la feria.

Tipo de organización

Esta organización está conformada por productores y artesanos. Los miembros de la feria pertenecen a la zona de Portoviejo, Santa Ana, San Vicente, Sucre, Junín. Los participantes que han estado activos en el caso de la Bioferia son sobre todo de Portoviejo y Santa Ana por cercanía al espacio de comercialización. Los miembros fundadores de ASOPROMAN en su gran mayoría cuentan con una formación o certificación superiores. Los miembros se han

visto influenciados por experiencias en otros países en temas de agroecología, alimentación saludable y circuitos de proximidad. Estas características predispusieron la formación de la asociación y sus objetivos.

3.2.1.3. Dimensión económica

Formar parte de la asociación y participar de la feria permite a los productores y artesanos vender sus productos directamente al consumidor y obtener mayor valor agregado de ellos.

El precio justo es analizado desde la visión del consumidor. Una definición consensuada entre los entrevistados es que es el precio que permite a los productores y artesanos cubrir los costos de producción generados, “esa es nuestra misión, tratar de disminuir la intermediación como para que el agricultor gane un precio justo de su esfuerzo y le llegue un precio justo al consumidor final, porque no consideramos elevar los precios a inimaginables porque sí. Esa es nuestra misión, de que las dos partes ganen. De que el gremio se sienta contenta y el consumidor final también” (entrevista, Manabí, 14 de agosto de 2020, E14).

También se abordó el tema de comercio justo, en palabra de los entrevistados, “el comercio justo el concepto es lo humano, si la persona está satisfaciendo sus necesidades, entonces estamos bien y hablamos de comercio justo. No es cuánto está hectárea me rindió económicamente, porque atrás hay un interés económico, sino como satisface con los productores y en la relación con la naturaleza” (entrevista, Manabí, 2 de septiembre de 2020, E13).

En esta temática del comercio justo, los productores han incluido en su conceptualización puntos muy importantes como el valor de lo humano y el cuidado de la naturaleza adicionalmente a la retribución económica. En la feria los productores deciden sus precios buscando el mejor precio para el consumidor y el productor.

3.2.1.4. Dimensión funcional

Las estrategias implementadas por la asociación y los organizadores de la bioferia fueron múltiples. De la restricción de la movilidad en el confinamiento, nace la necesidad de nuevas formas de abastecimiento en la población. La entrega canastas de alimentos a domicilio tuvo especial demanda sobre todo en las ciudades más pobladas como Portoviejo y Manta.

Emprendimientos como la finca Santa Cecilia y Natura Orgánica implementaron este sistema de entrega de canastas a domicilio.

Normalmente los pedidos los cerramos los martes, aunque muchas veces otras personas lo hacen los miércoles y jueves. Estamos viendo cómo armar esas canastas en el día que necesiten para no quedar mal con el cliente. El martes nosotros cerramos los pedidos, todo eso se entrega el viernes hasta sábado. El miércoles es de cosecha, el jueves de recolección para agrupar todo lo que hay que entregar en las canastas y el viernes se está entregando. Ese más o menos es el sistema, tiene su problemita y es que no somos comerciantes y hemos tenido dificultades para poder hacerlo, pero las hemos sorteado y hemos salido adelante (entrevista 14 de agosto de 2020, E14).

En este contexto la pandemia además de redefinir las RAA aflora nuevas estrategias de territorialización de espacios de abastecimiento y comercialización. La asociación con el apoyo de ONG como FUNDES y la FAO reinventó las ferias tomando el nombre de Bioferia Agroraíces. Aun teniendo este espacio en el parque cada 15 días la comercialización sigue siendo un cuello de botella para los productores. Hasta la sexta edición de la Bioferia a la que asistí mantener una demanda de los clientes no ha sido posible. En la inauguración de la feria contaron con bastante afluencia de feriantes y consumidores debido a que fue un evento el que se llevó a cabo también un intercambio cultural con gran apoyo del GAD de Manabí. En las demás ediciones de la feria no se ha podido mantener la misma oferta y demanda de productos. Los motivos del declive se le atribuyó la falta de difusión de estos eventos y la falta de compromisos de los feriantes. Estos dos aspectos contribuyeron a que la asistencia de consumidores disminuyera.

3.2.1.5. Dimensión política

La asociación tiene una marcada inclinación al cuestionamiento del sistema alimentario dominante, y en su visión está reconfigurar el sistema alimentario desde lo local, lo agroecológico y con precio justo que permita una vida digna para el productor y el acceso a alimentos de calidad para el consumidor. En este sentido se incluye las acciones encaminadas a lograr la reconexión entre el productor y el consumidor.

La Bioferia convergen diversas estratégicas de productores, ONGs, actores locales, actores gubernamentales que impulsan la consolidación de este proyecto. Aunque dentro del mismo

existen disputas de poder por parte de los. El apoyo de cierta forma se encuentra condicionado por intereses políticos de los actuales gobernantes.

En este sentido, el rol de las instituciones públicas debe ser el de vincular intereses entre los productores y consumidores, generar este acercamiento, para que los consumidores interesados en una alimentos saludables, agroecológicos y locales encuentren esos espacios de comercialización. Que los productores campesinos, agroecológicos, artesanos tengan a quien vender sus productos.

3.2.1.6. Dimensión ambiental

Los miembros que participan en la RAA mantienen una producción agroecológica o en transición a agroecológica. Las iniciativas que forman parte de la Bioferia comparten los principios de la agroecología. Es la visión de los dirigentes mantener un equilibrio a través de la protección del ambiente y la salud es uno de sus principios que consideran fundamentales. “Nosotros decimos agroecológica por dos razones, mantenemos el equilibrio con la naturaleza y no utilizamos químicos, y artesanales porque no hay industria” (entrevista, Manabí, 02 de septiembre de 2020, E13).

Asoproman como asociación fue pionera al incluir, en su nombre el término agroecológico. El reconocimiento como “agroecológicos” en el nombre de la asociación fue muy representativo para ellos, ya que en esta palabra se cristalizan los principios que los orientaron a construir este colectivo.

El abogado me decía que no podía poner agroecológico, por fortuna el abogado con buena voluntad ayudó a resolver el asunto. Así que aquí están las generalidades y principios. el objeto social, nosotros estamos autorizados a adquirir, preñar o hipotecar, pero el objeto social principal es la producción y comercialización de productos agroecológicos y artesanales derivados de la producción primaria. Esto último era importante y él reconoció cuando le explicaba lo que se hace en la asociación (entrevista, Manabí, 2 de septiembre de 2020, E13).

Desde la Bioferia se está trabajando por construir un SPG que garantice la calidad de sus productos. Este sistema se está construyendo con el asesoramiento de Fundes. En el SPG se evalúan la aplicación de los principios de la agroecología en la producción de alimentos. La razón que los llevó a construir este SPG fue la de poder diferenciar su producción y utilizar esta herramienta para fortalecer las organizaciones sociales.

3.3. RAA Jama

3.3.1. Asoprocoffee

3.3.1.1. Dimensión espacial

Las fincas de los socios se encuentran distribuidas en varias comunidades de la zona norte de la provincia. Las comunidades se encuentran en el cantón Jama, Pedernales y San Vicente, específicamente en la parroquia Canoa.

El café producido por la ASOPROCOFFEE es distribuido en la provincia, y también se lo vende a la región sierra y la amazonía del Ecuador. Como marca asociativa se busca diversificar los lugares a los que vende el café. Se busca dejar el espacio local de venta a los socios productores, como las fincas están orientadas al agroturismo se busca que los visitantes que lleguen a las fincas compren el café producido y procesado por cada socio y la producción asociativa venderla en otros espacios. De esta manera se logra que los socios tengan ingresos también de sus ventas individuales y que los esfuerzos como asociación apunten a conseguir nuevos mercados y posicionar la marca.

3.3.1.2. Dimensión relacional

Niveles de distribución

La venta del café se hace de forma directa y en algunas ocasiones a través de un intermediario. El café se vende de forma asociativa como producto terminado bajo la marca “La Capira” y también de forma individual por cada productor bajo su marca personal con el amparo de la marca asociativa. La asociación cuenta con un punto de venta asociativo en la comunidad a orillas del carretero. El café se consume en restaurantes, hoteles y otros.

En lo referente a los clientes con los que mantienen relación en las entrevistas realizadas se menciona lo siguiente:

Nosotros por dos años hemos mantenido la marca la Capira Coffe, nuestros clientes son exclusivos, tenemos clientes como Independiente del Valle, el equipo de fútbol. Tenemos clientes como costa jama resort, que es el resort más grande de Sudamérica, ese tipo de clientes vamos conservándolos porque nosotros decimos que no queremos intervenir mucho en los comisariatos y tiendas grandes. Ellos nos exigen producir en grandes volúmenes, y

nosotros sabemos que con eso perdemos calidad (entrevista, Manabí, 8 de agosto de 2020, E10).

En relación con el párrafo anterior podemos deducir que el segmento de consumidores al que apuntan son consumidores con relacionamiento directo, sin intervención de intermediarios. El nicho de consumidores de café de especialidad y gourmet a nivel nacional.

Participación e interacción de diferentes actores en los CIALCOS

La asociación ha contado con el apoyo de CEFA en el marco del proyecto “Las Organizaciones Rurales y los mecanismos de producción y comercialización Asociativa- Un modelo de desarrollo integral para el agro ecuatoriano. GAD de Manabí, y con la cofinanciación de MAG, Cooperación Alemana GIZ y el proyecto “Juntos: pequeños productores en red para la producción sostenible de cacao, café y quinua en el Ecuador cofinanciado por la agencia italiana de cooperación para el desarrollo- AICS.

CEFA con el programa del fortalecimiento de la cadena de valor brinda el apoyo de capacitación a los jóvenes y mujeres en temas de calidad, sustentabilidad en la producción y comercialización. Con el apoyo de esta ONG se está apuntando además del mercado nacional, llegar a un mercado internacional. CEFA Juntamente con GAD de Manabí han contribuido a mejorar la infraestructura y maquinaria para el procesamiento del café.

Otro de los actores claves para la asociación es la academia. La Universidad Estatal del Sur de Manabí por medio de la vinculación con la comunidad y convenios de cooperación se encuentra coordinando con ASOPROCOFFEE la creación de la escuela del café que se nutrirá de las experiencias de los socios y de los académicos.

Uno de los puntos claves para la asociación es la recuperación de la identidad relacionada con el café y su valor socioeconómico. En la zona el café ha pertenecido a la identidad de los pobladores, por devaluación del precio del café se dejó a un lado su producción, migrando a la producción de otros productos que impacto negativo en el medio ambiente. El café sigue siendo muy consumido en la provincia, pero el consumo del café tostado y molido o “café pasado” como era conocido en la provincia se ha sustituido por el café soluble y es un fenómeno que ocurre en la misma localidad. En este sentido, uno de los objetivos que plasman es recuperar la identidad del café y recuperar sus prácticas desde la producción hasta el consumo.

Con la revalorización del café a través de la transformación de este en un producto terminado y las escuelas del café, apunta a cimentar un cambio generacional y que los jóvenes de las comunidades no tengan que migrar a las ciudades para conseguir ingresos. Con estos proyectos se evita en el territorio los efectos negativos de la migración como la desarticulación de las familias y desterritorialización de la apropiación del territorio rural. En palabras de una dirigente de la asociación podemos sintetizar estos procesos que se están gestando:

Tenemos algunos jóvenes, varones, mujeres y adultos, pero mi enfoque siempre ha sido ayudar a aflorar a la juventud, estamos trabajando mucho en el cambio generacional. El joven del campo como usted sabe, la situación económica le impulsa a irse, a migrar. Muchas veces la juventud se pierde en el camino. No todos llegan a la meta que se proponen, por perderse entre cosas malas, drogas, robos, ambiciones. La idea es que esos jóvenes que formamos vean este proyecto como una fuente a futuro de ingresos, y bajo la preparación y formación que nosotros brindamos podemos ayudar. Estamos formando a las chicas como catadoras, ya que nosotros por casi 2 o 3 años, lo hemos formado, como en mi caso soy catadora (entrevista 8 de agosto de 2020, E10).

Este proceso de reconfigurar el territorio permite que las nuevas generaciones se apropien del territorio y que por medio de ello se fortalezcan los lazos internos. En este sentido, se crean las condiciones para que el poder de decisión sobre la producción y las dimensiones económicas, sociales y políticas del territorio sean controladas por los miembros endógenos. Permite generar nuevas oportunidades laborales y económicas más responsables y equitativas, fortalecer las zonas rurales respondiendo a las exigencias de nuevos servicios de calidad. “En las fincas y en la asociación trabajan los hijos de los caficultores que se estaban formando como catadores. Por ejemplo, hay jóvenes que se están formando, hay uno mayor de edad, pero tengo dos jóvenes de 14 años que están iniciando, les gusta y quieren incursionar en el café” (entrevista, 8 de agosto de 2020, E10).

3.3.1.3. Dimensión económica

La asociación ha permitido a los productores diversificar sus ingresos. La asociación compra la producción de los socios a un precio mayor al del mercado. “Compramos la producción a un costo que es un precio justo. Por ejemplo, nosotros mientras en la bolsa de valores está el café por decir a 12 dólares, el soluble, nosotros este año lo pagamos a \$20, hasta \$25, dependiendo la recolección del grano, entonces con base en eso nosotros pagamos un

porcentaje diferenciado” (entrevista, Manabí, 08 de agosto de 2020, E10). En este sentido, los socios consideran que los precios a los que venden sus productos a la organización es un precio justo, porque es mayor al que reciben en el mercado. También contribuyen a la equidad social en el territorio ya que la asociación pertenece a los socios, y aporta a la dinamización de la economía.

Un tema importante que señalar es la contribución de la asociación a la equidad social y en práctica economías colaborativas en el territorio. La organización se interesa en que los miembros que participan en los procesos productivos tengan una remuneración acorde a su trabajo y esfuerzo tanto en los procesos individuales como en los colaborativos. La organización, a través de capacitaciones y asesoramiento, incentiva a los socios a crear sus propias marcas y de esta forma obtener mayores ganancias.

Nosotros tenemos la apertura para las personas que deseen integrarse, siempre y cuando vengan con una mentalidad de trabajo. Estamos buscando gente, por ejemplo, si el grupo o yo vemos que son productores que están en una situación de vulnerabilidad con su finca, que quiere vender su producción, que de verdad necesita su producción, nosotros lo acogemos, lo recibimos y lo apoyamos en la finca, lo capacitamos, lo orientamos y le ayudamos en los procesos de su secado de café, incluso le compramos la producción a un costo que es precio justo (entrevista, Manabí, 8 de agosto de 2020, E10).

3.3.1.4. Dimensión funcional

Se apunta a destacar las características particulares climáticas en la producción del café. La influencia de la cordillera del choco, situarse en la mitad del mundo, la influencia de la corriente de Humboldt, y del niño, su cercanía al mar, la influencia de ser producido bajo bosque y con frutales que hace que adquiera estos olores y sabores. Estas características lo convierten en un café diferente y especial influenciado por todos estos factores.

Una de las características de nuestro producto es que por ejemplo estamos en zonas bajas y también a la vez por decir, a media hora tenemos 400 msnm, entonces tenemos la influencia de las dos corrientes, tenemos también la línea ecuatorial, la cordillera chocó, todo ese tipo de influencias y condiciones climáticas que hacen que nuestro café y su aroma tengan características especiales y sobre todo esa brisa marina que hace que, cuando vamos al proceso de secado, también influye en las marquesinas porque son unas corrientes que entran directo al área de marquesinas (entrevistada por Mary Giler 08 de agosto de 2020, E10).

La responsabilidad social y ambiental con la que se produce el café es un factor muy valorado por los nichos de consumidores a los que se apunta y también por los organismos gubernamentales y no gubernamentales con los que se relacionan para conseguir apoyo. Como asociación cubren todo el proceso, desde la producción, transformación y comercialización. El producto que ofertan es un producto terminado de calidad gourmet. Esto les permite tener mayores ingresos y posicionarse como marca.

En su estrategia de venta destacan todas estas particularidades lo que les ha permitido consolidar nichos de mercados y gestionar apoyo de entidades para la organización y para las comunidades en donde tienen influencia directa.

3.3.1.5. Dimensión política

La organización busca recuperar el poder de decisión sobre las esferas del territorio, ya que los procesos de globalización y el sistema agroalimentario global ha provocado una ruptura entre la agricultura, el territorio y la alimentación. “Ello significa que la primera ha perdido, en muchos casos su carácter autóctono y que ya no resulta decisiva para configurar la organización y distribución del territorio local específico en el que se desarrolla”. La alimentación también ha experimentado una ruptura con la alimentación, la decisión sobre qué producir y cómo producir está cada vez más alejada del productor campesino y de sus actores territoriales.

Las corporaciones transnacionales son las que dan las pautas de qué producir en los territorios, lo que conlleva a la desterritorialización de las prácticas de producción y alimentación en las comunidades locales (Entrena Duran 1999, 32). De tal manera, los esfuerzos de esta organización están encaminados a generar una reterritorialización de estas prácticas alimentarias y de producción en búsqueda del desarrollo de las comunidades.

3.3.1.6. Dimensión ambiental

La producción en las fincas asociadas se da bajo sistemas agroforestales diversificados. En la producción se consideran criterios agroecológicos como la producción sin uso de agroquímicos, elaboración de los propios fertilizantes, asociación de cultivos. Anteriormente, los terrenos que ahora están destinados al cultivo del café eran utilizados para una producción menos sostenible desde el punto de vista ambiental como la ganadería y cultivos de ciclo corto. En la actualidad, el cultivo del café es más sostenible ya que se lleva a cabo bajo

principios agroecológicos y se cultiva en sistemas agroforestales, bajo sombra. “Nosotros en las fincas no utilizan químicos, más bien trabajan en bioles o utilizan productos orgánicos realizados por las mujeres del proyecto, en eso también nos hemos capacitado” (entrevista, Manabí, 8 de agosto de 2020, E10).

Lo mencionado en el párrafo anterior no fue siempre así. Los productores han migrado de una producción convencional con químicos a una agroecológica. El MAG fue el los llevó a incursionar en la producción con agroquímicos. Posteriormente, al notar los problemas que se presentaron con este tipo de producción y con el apoyo de otro organismo migraron a una producción más sustentable.

Cuando el MAG entró, al principio no empezaron orgánicamente, porque siempre el MAG trabaja para venta de productos químicos, para las empresas. Lo que ellos al principio tuvieron fue la pérdida de lo que es la capa de árboles que tenía, el MAG le pidió que cortaran, cuando ellas cortaron esta parte su suelo se fraccionó bastante, se secaba demasiado. A ellas les tocaba regar las plantas, pero ya una vez que entró CEFA ya les inculcaron el hacerlo organizado y ellas fueron aumentando árboles, alimentos frutales, ya las fincas dieron un cambio de 90 grados. Fue más favorable el cambio de químicos a orgánicos. Fue mucho más favorable, por lo general cuando tiene un café desprotegido, de sol o con dificultades por el tema hídrico, a entrar a nutrir la planta con químicos y un montón de productos que son químicos. Claro, por ejemplo, lo que hizo el MAG fue proveer químicos, cuando hubo la reactivación del café, daban químicos, pero hubo un tiempo en que ellas se quedaban sin ese apoyo entonces eso si les obligó a actuar diferente, a ver la plantación de manera diferente y más amigable. Cuando ya por ejemplo como líder se les gestionó visitas a fincas agroecológicas y ellas se dieron cuenta del error que estaba. Cuando venían de esas visitas, venían cambiadas del chip, un cambio radical que querían sembrar todo lo que habían visto, veían sus plantas diferentes, más verdes, más brillantes sus hojas (entrevista, Manabí, 8 de agosto de 2020, E10).

3.3.2. Aso Agrotabuga

3.3.2.1. Dimensión espacial

La asociación se encuentra presente en 8 comunidades del cantón Jama y algunos socios en comunidades del cantón Pedernales. Los cantones Jama y Pedernales son cantones contiguos que comparten características geográficas y de organización. Los productos se distribuyen en el cantón Jama, cantones de la provincia como San Vicente, Sucre, Portoviejo y Manta, y

fuera de la provincia de Quito. La distancia de la zona de producción al lugar más alejado de comercialización es 317 km que es aproximadamente en vehículo 4 horas 10 min.

3.3.2.2. Dimensión relacional

Niveles de distribución

La venta de los productos se realiza con máximo un intermediario, en la actualidad estos intermediarios son parte de las RAA de la provincia como es el caso de “La Criollita” de la FOCAZNOM y la Tienda del Rancho en San Vicente y Sucre-Bahía de Caráquez respectivamente y en tiendas especializadas en Quito.

Participación e interacción de diferentes actores en los CIALCOS

La relación con los clientes se basa en principios de: Comercio Justo, responsabilidad ambiental, rescate de los saberes ancestrales, amabilidad y responsabilidad social. Entre los segmentos de clientes de la asociación están las tiendas agroecológicas y de comercio justo. En la provincia se distribuye el café en la Tienda comunitaria “La Criollita”, en la tienda del “Rancho” y en tiendas locales de Jama y en Deli Market Grocery.

Alianza entre actores

La asociación ha participado en diferentes proyectos con organismos gubernamentales y no gubernamentales, a través de estos nexos se ha conseguido financiamiento para equipar el Centro de Procesamiento de Café Tabuga y capacitar a los socios. Han mantenido alianzas con el GAD de Manabí en forma de proyectos de cooperación para la promoción de sus productos. Tabuga Colectivo compartiendo experiencias y talleres. Fuegos Ec que impulsa gastronomía ancestral sostenible se ha consolidado como un aliado estratégico, para la promoción del producto principal de la asociación el café. En el restaurante, en la escuela de cocina como en las ferias y eventos en los que participan impulsan los productos con identidad manabita y con prácticas sustentables como es el caso de Tabuga. Las alianzas con otras iniciativas son variadas, una de ellas es con Tierra BellBaum, en los que se apoyan mutuamente. El café producido en Tierra BellBaum y Finca Albenca es tostado en las instalaciones de Tabuga Aso y el Café Tabuga es vendido en La Tienda del Rancho que pertenece a los dueños de Tierra BellBaum.

3.3.2.3. Dimensión económica

Precio justo

Para Agrotabuga el comercio justo es “donde el productor obtenga una retribución equitativa por su trabajo y así mismo que el consumidor tiene garantía de acceder a un producto elaborados con altos estándares de calidad a precios accesibles” (Café Tabuga 2019). Desde el punto de vista de los miembros de la asociación ellos forman parte de las economías transformadoras y de la economía social y solidaria. Entre sus principios está la solidaridad:

No solo estamos trabajando en producción agrícola netamente, sino que buscamos generar esos espacios de comercialización, en donde los agricultores puedan recibir mejores precios y en algún momento alcanzar el precio justo por su materia prima. Aparte de eso tratamos de negociar o comercializar directamente nuestros productos, de manera que lo que logramos con este modelo es que los réditos por las sociedades que tenemos de café tabuga regresan directamente a los productores de dos formas: primero, en la compra de materia de prima, que se haga hasta el 20% más de valor de mercado por la materia prima que entregan los socios para el proyecto café Tabuga, las utilidades generadas al final de año se devuelven a los socios en un 50%, el otro 50% sirve para capitalizar la asociación, entonces como ellos no es solo producción netamente comercial, sino que hay un componente que trata de mostrar la economía local de cada familia (entrevista, Manabí, 24 de agosto de 2020, E6).

La asociación promueve la equidad social en la comunidad desde múltiples aspectos. Al ser una iniciativa asociativa, esta pertenece a sus socios y las ganancias obtenidas son una parte redistribuidas a sus socios y otra parte invertida en la misma asociación como se menciona en la entrevista. También, a los socios y miembros de las comunidades se le compra el café a un precio mayor al del mercado, lo que permite mayores ganancias al productor.

3.3.2.4. Dimensión funcional

Las estrategias utilizadas para consolidarse en el mercado y como asociación de productores son múltiples. Para consolidarse como iniciativa ha sido necesaria la coordinación entre los diferentes actores del territorio. Desde el inicio de la asociación en el 2016 han coordinado acciones con actores como ONG y gobiernos locales para alcanzar sus objetivos estratégicos.

Con esta ONG desarrollamos un plan de trabajo y planificación estratégica a 2030, un proceso participativo, eso fue lo que marcó la solidez de la asociación, porque en este proceso lo que se hizo fue trabajar desde cero el reglamento interno, los objetivos, las metas, como queremos

llegar, e incluso pudimos lograr un modelo de gestión en donde tenemos varios equipos con la participación activa de un 80% de los socios en diferentes áreas, por ejemplo, producción, comercialización, fiscalización (entrevista, Manabí, 24 de agosto de 2020, E6).

Como asociación buscan integrar a todos los socios en los diferentes procesos de la organización, que todos tengan un rol importante que desempeñar. Al tener una participación directa y desempeñar un rol protagónico cada socio en los diferentes procesos y proyectos de Agrotabuga, logra que genere un proceso de apropiación de la organización y sentido de pertenencia.

En la actualidad cuentan con 15 puntos de venta a nivel nacional, entre ellos están tiendas agroecológicas, hoteles, restaurantes y fincas agroturísticas. También participan en ferias organizadas por diferentes actores en la provincia y en el país. El café es consumido en Iche Restaurante que forma parte de la escuela de gastronomía y hospitalidad Iche.

El uso de las Tecnologías de la Innovación y Comunicación (TIC) ha permitido que el comercio electrónico a través de la página web, Facebook, Messenger y WhatsApp se consolide como una estrategia de venta útil también en el contexto de la pandemia. A través del uso de los medios electrónicos sus productos se han distribuido sin intermediarios a los consumidores finales en la provincia y fuera de ella. Los envíos de sus productos se hacen por medio de Courier y empresas de transporte intercantonal e interprovincial. Esto ha permitido un contacto directo con los clientes sin importar la distancia espacial.

Lo que primero hemos hecho es tratar de buscar aliados comerciales que nos permitan llegar a través de canales electrónicos y distribución en otros lugares primero. Segundo, lo que hemos tratado de hacer es valorar el tema de un producto saludable, de un producto que se hace con altos estándares de calidad y que es con su empaque biodegradable. Lo que nosotros buscamos es encontrar canales de comercialización o puntos de venta alineados con estos valores y que los clientes puedan enmarcarse en el consumo responsable, por esa parte hemos tratado de trabajar (entrevista, Manabí, 24 de agosto de 2020, E6).

3.3.2.5. Dimensión política

La consolidación de la asociación Agrotabuga en el territorio, configura nuevas relaciones de producción, comercialización y consumo. Desafía al sistema agroalimentario dominante controlada por las corporaciones al organizarse en asociaciones de productores que transforman el café en producto terminado y lo comercializan de forma directa. El éxito de

estas iniciativas asociativas radica en su forma de organización que además de los fines económicos tiene objetivos sociales centrados en mejorar la calidad de vida de los agricultores. “Nuestro objetivo principal es mejorar la calidad de vida de los agricultores de la zona de Jama. Nosotros tenemos como misión tener prácticas sostenibles y procesar alimentos o productos agrícolas con estándares ecológicos (E6 entrevistado por Mary Giler 24 de agosto de 2020).

Poder de decisión

La interacción de los actores en el territorio permite que se generen procesos de recuperación del poder de decisión en los actores locales. A partir de la asociación de los productores de la zona, se crea incidencia en las políticas locales de fomento productivo.

3.3.2.6. Dimensión ambiental

Agrotabuga y sus fincas asociadas comparten los principios de agroecología en todos sus procesos. La producción del café se da en fincas agroforestales con cultivos variados. La variedad de café que producen los socios es café arábico que necesita de sombra para su correcta producción. Las matas de café se encuentran asociadas con plantas perennes y estacionales promoviendo mayor diversidad en las fincas. Los biofertilizantes y los biocidas son elaborados por los socios.

Todas las fincas asociadas a Agrotabuga tienen como compromiso trabajar en sistemas agroforestales, primero, segundo ejecutar prácticas agroecológicas, no utilizamos químicos en las fincas, de hecho, la asociación produce sus propios biofertilizantes en una etapa piloto hasta el 2019, y a partir de septiembre octubre de este año iniciamos la producción en mayor escala para abastecer la nutrición vegetal de las fincas (entrevista, Manabí, 24 de agosto de 2020, E6).

También han desarrollado una escuela de agroecología en la que los socios y la comunidad intercambian conocimiento sobre la producción agroecológica, los principios de la agroecología y la equidad. En la producción agrícola se busca recuperar la forma de producción campesina ancestrales y combinarlas con las prácticas agroecológicas innovadoras. Este espacio busca también integrar a las comunidades de influencia de la asociación e impulsar en este territorio un equilibrio entre lo social, económico y ambiental.

La asociación empezó en el año 2019 con la escuela participativa de producción agroecológica que fueron una serie de talleres de los cuales participaron cerca de 200 personas durante todo el año, en eventos de capacitación en formación de prácticas agroecológicas, en temas de género, en temas de derecho, la idea es que la gente que está asociada y sus familias puedan tener alternativas y también con esto nosotros tratamos de apoyar el desarrollo local (entrevista, Manabí, 24 de agosto de 2020, E6).

La producción del café es artesanal, la cosecha del café se hace de forma manual por los socios y sus familias. La poscosecha que comprende el secado y lavado también lo realizan los socios en sus fincas. El procesamiento del café también es artesanal, aunque presenta también un grado de tecnificación, pero predomina la mano de obra humana. La asociación ha adquirido maquinaria para que sea más fácil su manejo, pero todo se sigue controlando de forma manual.

Es artesanal, porque todos los productos los procesos tienen un alto porcentaje de participación manual, desde la cosecha selectiva, es decir, solos escogemos los granos en estado óptimo de maduración, pasa a los procesos de beneficio o poscosecha, en lo cual hay mucha actividad manual de selección, en la parte de procesamiento posterior al trillado es decir en la remoción de cáscara seca, también se trabaja en selección manual y el tema de tueste, a pesar de que tenemos una máquina tostadora tienen mucho que ver la destreza y capacidades del tostador (entrevista, Manabí, 24 de agosto de 2020, E6).

Capítulo 4. Territorialización de Redes Alternativas de Alimentación (RAA)

En este capítulo se presentan las prácticas mediante las cuales las RAA se territorializan. Se seleccionaron las redes de FOCAZNOM y ASOPROMAN, por ser organizaciones de segundo orden que aglutinan emprendimientos individuales y asociativos y por los lazos de confianza y solidaridad que se han entretejido en sus bases. Desde la perspectiva del territorio como un campo social, analizamos las estrategias que implementan los actores para consolidar sus iniciativas en el territorio, y los factores que han permitido la consolidación de los RAA.

Al definir al territorio como construcción social desde una perspectiva sociológica, el territorio se convierte en un espacio en el que los actores ponen en práctica estrategias de cooperación, solidaridad, para mantener su posición privilegiada en el campo social o para mejorarla. En este sentido, para esta investigación se torna muy importante la noción de capital social, como factor determinante para entender, por un lado, los procesos de territorialización o reterritorialización de los RAA y de las prácticas alimentarias responsables y por otro, los procesos de desterritorialización, de cierto modo, de los circuitos convencionales y de sus prácticas globalizadas.

La territorialización plasmada como un conjunto de vínculos, relaciones y redes sociales, las analizaremos desde el punto de vista del capital social, y cómo este contribuye y se configura con otros capitales para consolidar estas iniciativas en el territorio. De acuerdo con Bourdieu los tipos de capitales son económico, cultural, social y simbólico. La disponibilidad y accesibilidad a estas capitales determina la posición de los actores en el territorio y también los procesos de territorialización - reterritorialización – desterritorialización a través de estrategias como cooperación o competencia.

Las decisiones sobre qué producir y cómo producir deben ser tomadas por actores locales y responder a las necesidades de los productores y consumidores (Entrena Duran 2009). En este sentido, la provincia tiene tradición gastronómica muy reconocida y arraiga en el territorio. Los productos que se consumen y producen han dependido tradicionalmente de esta cultura gastronómica. En las últimas décadas, por la globalización, el auge de las avícolas, y de las empresas de producción de alimentos para animales en la provincia las decisiones de que producir han dejado de pertenecer a los actores locales de los territorios y han pasado a manos de estas empresas. La producción de maíz para la industria de animales es

predominante. Gran parte de los productores dedican sus tierras exclusivamente a la producción del maíz, perdiendo la diversificación de sus cultivos. En la actualidad, este tipo de productores tienen que conseguir fuera sus fincas los productos para su alimentación, ya que sus fincas han pasado de ser sistemas agrícolas diversificados a producción de monocultivos.

En concordancia con el párrafo anterior, las decisiones sobre qué alimentos producir, sobre qué alimentos consumir dependen cada vez menos de los actores locales, estas decisiones pasaron a depender de los intereses económicos externos a los territorios. Estos procesos los podemos encasillar como procesos de desterritorialización de las comunidades rurales y desterritorialización de prácticas de producción y consumo sostenibles. Desde el punto de vista del desarrollo rural, para lograr la reterritorialización se debe lograr una reconexión entre la agricultura, la alimentación y el territorio. En este sentido, las emergentes RAA analizadas están logrando esta reconexión desde sus territorios, generando procesos de reterritorialización de espacios de los cuales ya se había perdido el control.

Las iniciativas que forman parte de las Redes Alternativas de Comercialización de la provincia se han forjado bajo los principios de las economías alternativas que contribuyen a una territorialización y reterritorialización de las actividades humanas y por ende a la relocalización de las actividades en el territorio. Los principios analizados son la solidaridad, cooperación, asociatividad, y el capital social presente. Desde esta perspectiva se apunta a abrir este vínculo entre economía, sociedad y ambiente (Azam 2009).

Para que una red esté territorializándose debe apropiarse de las esferas del territorio. Estas esferas o dimensiones del territorio son social y cultural, económica-productiva y física. En las RAA de la provincia se ha dado una apropiación de estas esferas del territorio en diferente grado. La dimensión social del territorio está muy bien definida desde el acercamiento que se hace del territorio como campo social en el que se visualizan “las estrategias de los diversos actores y los conflictos y/o acuerdos entre ellos en función de la disponibilidad de capitales (económico, cultural, simbólico, social, etc.)” (Martínez Valle 2012, 14). **Análisis de la territorialización de las RAA desde la teoría del campo social y capital social**

En los siguientes ítems se presenta el análisis de la territorialización de las RAA desde la teoría del campo social y capital social, FOCAZNOM Y ASOPROMAN.

4.1.1. FOCAZNOM

Focaznom es una organización campesina de segundo grado que agrupa a 34 comunidades y 5 proyectos asociativos. De forma general la organización ha presentado vínculos con organismos gubernamentales, y apoyo de ONGs a lo largo de su existencia.

El capital social de esta organización se traduce en los vínculos, conexiones y redes internas y externas con organismos gubernamentales y no gubernamentales. Desde la creación de esta organización estos lazos se han ido fortaleciendo y formando nuevos lazos. Internamente los lazos de pertenencia que se han formado son fuertes en el sentimiento de pertenencia a la organización que se manifiesta en las diferentes comunidades adscritas al participar activamente en todas las actividades convocadas. Las comunidades que forman parte de la organización participan activamente de los eventos culturales y de intercambio de productos que se realizan de forma periódica y de las reuniones de gestión de la organización. El capital social está institucionalizado internamente y validado socialmente a través de la pertenencia de estos actores al grupo de productores y comunidades bajo el nombre de FOCAZNOM.

El volumen de capital social depende directamente de la cantidad de conexiones efectivas que un individuo pueda movilizar y de la cantidad de capitales que pueden materializar bajo estas conexiones. En este sentido, los actores de la federación han conseguido, a través de estas redes de relaciones, cristalizar otro tipo de capitales como el económico y cultural. El económico a través de financiamiento por parte de organismos gubernamentales y no gubernamentales de sus proyectos. El cultural adquirido e institucionalizado a través de convenios con universidades y ONGs que se traduce en capacitaciones y escuelas de formación.

El principio de delegación y el capital social tienen un relacionamiento directo que se hace presente en esta organización. El representante de la organización tiene la potestad de ejercer poder en representación de su grupo a través de la acumulación de capital social en un solo actor. Si bien existe una alta participación de los actores en la organización, el papel que juega el representante de la organización es fundamental.

De forma general, entre más integrantes tiene la organización mayor es la necesidad de contar con representantes que aglutina este capital social. En este sentido, el representante termina por asumir el rol de los representados y la organización se comienza a identificar con su líder.

En la federación, la visibilidad de este actor, al conocer y reconocerse en forma de representante compone la esencia misma de su poder simbólico en la misma.

La federación a través de sus proyectos y asociaciones de transformación de productos agrícolas han logrado una territorialización de la RAA logrando vincular la agricultura con la alimentación y llegar mucho más allá vinculando la agroecología con el consumo responsable de alimentos.

Esta iniciativa ha podido reconfigurar sus prácticas al contexto de la pandemia y a los cambios en la demanda de los consumidores. Con el proyecto de la tienda comunitaria han podido mantener un punto de venta fijo y activo todos los días, y así satisfacer la demanda de los consumidores. Han diversificado los productos que ofrecen, más allá de los productos agroecológicos, artesanales, ofrecen otros productos de la canasta básica, que, si bien no son agroecológicos, son consumidos por las familias socios de FOCAZNOM y por los consumidores de la tienda comunitaria.

Las formas de comercialización practicadas reflejan las estrategias asumidas por los actores y los capitales movilizados para sostener sus circuitos de comercialización y para manejarse en el ámbito agroalimentario. El mismo contexto de la pandemia les orilló a reconstruir sus estrategias comerciales, en un inicio tenía su punto de venta en la feria semanal del cantón para posteriormente tener un punto de venta fijo durante toda la semana.

Al ser una organización de segundo grado que aglutina a comunidades y vincula a proyectos asociativos sus bases son sólidas y duraderas. El intercambio cultural e integración como grupo está arraigado y existe un fuerte sentido de pertenencia a la organización. Los eventos culturales anuales, han contribuido a formar lazos de solidaridad y confianza entre las comunidades y los habitantes de la ciudad.

De forma conjunta las reuniones de toma de decisión, las capacitaciones constantes, los proyectos productivos construidos han contribuido a la consolidación de la red.

Los integrantes perciben los beneficios de pertenecer a la federación gracias a la red de vínculos construidos. Las redes de relacionamiento han permitido cristalizar proyectos de desarrollo para las comunidades y los socios. La organización con apoyo del Estado, ONGs y sociedad civil ha contribuido a mejorar la calidad de vida de sus miembros. Estos proyectos

han permitido diversificar los ingresos de los socios y obtener mayor valor por la venta de sus productos al ser un producto diferenciado por sus características agroecológicas y de su procesamiento artesanal.

Esta red formada por productores a pesar de contar con el apoyo de entidades gubernamentales y no gubernamentales mantienen el liderazgo y convocatoria para los eventos de comercialización e integración y su autonomía organizacional.

Los participantes activos de la organización en su gran mayoría se han dedicado a la agricultura, son productores campesinos desde sus inicios, su actividad principal es y ha sido la agricultura. La agroecología se ha impulsado desde la recuperación de técnicas de producción ancestrales compatibles con los principios de la producción agroecológica y desde nuevas técnicas impartidas a partir de capacitaciones. Este capital cultural ha sido institucionalizado y validado por ONG's como Heifer y por universidades como la UNESUM. Gracias a capacitaciones constantes, gran parte de los socios cuentan con conocimientos técnicos en producción agroecológica los cuales, a través del compartir de experiencias y visitas a las fincas de los socios se territorializa en las comunidades.

En esta RAA las prácticas de cooperación, solidaridad han permitido su territorialización. La creación de la federación y de las asociaciones y proyectos adscritos han sido fundamentales para viabilizar la producción y comercialización de sus productos en el territorio. El capital social interno construido en la red ha permitido viabilizar la organización tener un reconocimiento mutuo y tender lazos hacia afuera con otros actores sociales, como los GAD's ministerios, ONG's, universidades y otras organizaciones. La presencia de representantes que cuentan con el apoyo notorio de los socios ha permitido la acumulación del capital social en ellos. Este factor ha posibilitado gestionar proyectos en los que se ven favorecidos los socios.

4.1.2. ASOPROMAN- Bioferia Agroraices

La Bioferia en la actualidad es una organización de hecho que aglutina a asociaciones, productores individuales, artesanos. La organización se da alrededor de la comercialización. En esta organización convergieron intereses de productores y artesanos de contar con un espacio de comercialización directa de sus productos, e intereses de ONGs y GAD por contar con un espacio de comercio justo en la ciudad.

Analizando la territorialización de esta red desde la premisa que “El capital social es la suma de los recursos, actuales y potenciales correspondientes a un individuo o grupo, en virtud de que estos poseen una red duradera de relaciones, conocimientos y reconocimientos mutuos más o menos institucionalizados, esto es la suma de los capitales y poderes que semejante red permite movilizar”. La presencia de una red duradera de relaciones es un punto que en la actualidad es un poco difícil de determinar por el tiempo en que este proyecto lleva desarrollándose. ASOPROMAN con inicio legal desde el 2019 y como Bioferia Agroraices 2021. Tomando en consideración este antecedente, estas organizaciones han logrado movilizar estas relaciones para generar acuerdo entre los diferentes actores para conseguir otro tipo de capitales. Gracias a estas relaciones han podido gestionar un lugar fijo y adecuado para el desarrollo de las ferias, carpas para los diferentes feriantes y promoción en las redes de comunicación.

Los lazos de pertenencia a la organización están en formación, debido al tiempo de vida de esta. Las ferias periódicas y las reuniones de gestión están permitiendo que este sentido de pertenencia se arraigue en sus miembros.

Los miembros fundadores de ASOPROMAN han tenido acceso a saberes formales de tercer y cuarto nivel, es decir que son poseedores de capital cultural adquirido e institucionalizado y han tenido experiencia en el extranjero en el contexto agroalimentario alternativo. Estas experiencias y saberes les ha permitido organizarse con un mismo objetivo y formar esta asociación. Los miembros fundadores tenían muy claro el tipo de organización que querían formar y el fin que perseguían. La agroecología estaba presente como visión de la organización. A pesar de ello, las ferias que organizan dejaron de llevarse a cabo por la pandemia y asumieron nuevas modalidades para vender sus productos.

Las estrategias de adaptación de esta organización fueron diversas. Antes del confinamiento por la pandemia, tenían una feria semanal en el jardín Botánico de Portoviejo. En el confinamiento, reconstruyeron sus estrategias comerciales hacia canastas de alimentos utilizando las TIC como Facebook, WhatsApp. Posterior al confinamiento, cuando las medidas se flexibilizaron el sistema no tuvo el mismo impacto y las ventas por estos medios se redujeron.

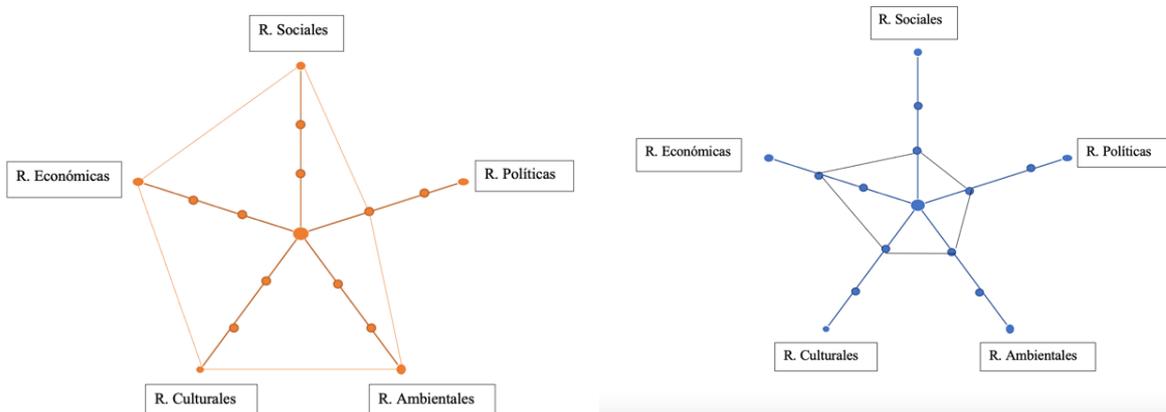
A finales del 2021 se reinventó la feria y pasó a denominarse Bioferia Agroraices, bajo una estructura propia. Gran parte de los miembros fundadores de ASOPROMAN pasaron a

pertenecer a la Bioferia como forma organizativa. Los nexos y las redes gestadas desde ASOPROMAN y la feria les permitieron reestructurarse. El capital social adquirido por los miembros de esta renovada organización permitió la reestructuración de la Bioferia con el apoyo de ONG's como Fundes, de la FAO, y organismos gubernamentales como el GAD Provincial y GAD de Portoviejo.

4.2. Territorialización de las RAA desde las relaciones sociales

Para evidenciar si las redes se están territorializando tenemos que analizar el tipo de interacciones y relaciones que se gestan en la red. Las relaciones pueden ser económicas, ambientales, sociales, culturales o políticas. Para este análisis consideraremos a ASOPROMAN como parte de la Bioferia Agroraices.

Figura 4.1. Estructuración de la red para el análisis de las relaciones sociales FOCAZMON y Bioferia Agroraices



Relaciones sociales FOCAZMON

Relaciones sociales Bioferia Agroraices

Fuente: Elaborado por la autora.

En este apartado haremos un análisis comparativo de la (Figura 4.1) en las que se grafican las relaciones de territorialización que tienen las dos redes seleccionadas como son FOCAZMON y la Bioferia Agroraices. Entre más área de la tela de araña está cubierta, significa que existen más relaciones sociales generadoras territorialización; y por ende entre más alejadas estén los puntos del centro de la red, mayor es la articulación de los actores y más consolidadas son las relaciones en el territorio.

De forma general, FOCAZNOM tiene relaciones sociales, económicas, ambientales, culturales y políticas más definidas, estas relaciones generan mayor territorialización en comparación con Bioferia Agroraices. Esta mayor consolidación de sus relaciones responde en gran parte al tiempo en el que se encuentran activas, al tipo de organización y a los actores que forman parte.

Haciendo un análisis comparativo de la trayectoria de las redes. Por un lado, FOCAZNOM nace en el año 2000 y se legaliza en el 2004. Por otro lado, Las Bioferias nacen en el 2018 con ASOPROMAN. La trayectoria que lleva la primera iniciativa ha permitido que sus relaciones sean más sólidas y duraderas. Las relaciones de la segunda iniciativa en la actualidad están en construcción y en proceso de organización por ser la organización relativamente nueva. A pesar de ello ha conseguido importantes nexos que les están permitiendo arraigarse en el territorio e ir consolidándose como organización.

FOCAZNOM es una organización campesina que aglutina a comunidades rurales y a productores agropecuarios en su gran mayoría. En este caso, estamos hablando de un mismo sector, en el que sus miembros comparten características y están enfocados en la producción agropecuaria, de ahí se derivan los proyectos vinculados. La Bioferia Agroraices se organiza en función de la comercialización de productos alternativos en los que están productos agroalimentarios y artesanales de varios tipos.

Las relaciones en FOCAZNOM son muy diversas. Los vínculos comienzan con la producción agropecuaria y relaciones económicas que se transversalizan con otras relaciones como políticas, ambientales y culturales. Estas últimas nombradas son alrededor de la defensa de la soberanía alimentaria, interés de construir espacios de decisión y gobernanza, la producción agroecológica, la recuperación de los saberes ancestrales y el rescate de la identidad montubia; y las relaciones económicas que busca obtener mayores ganancias por la venta de sus productos a precios justos.

En la Bioferia las interacciones se dan en mayor grado alrededor de las relaciones de tipo económica, las personas se unen a la feria para poder vender sus productos. Las relaciones políticas se dan en torno del interés de construir espacios de decisión y gobernanza. Los dirigentes de la Bioferia están interesados en construir espacios de decisión y apropiarse de estos espacios, pero este interés aún no se aprecia en los demás actores que participan como feriantes. Los feriantes aún no conforman una red sólida de relaciones.

En FOCAZNOM existen relaciones sociales consolidadas en el territorio, que están definidas y funcionando en las comunidades y sectores de incidencia, tiene relaciones internas arraigadas, bajo lazos de confianza y solidaridad. Mantiene relaciones con otras organizaciones como universidades, GAD municipal y ONG's como Heifer.

En el caso de ASOPROMAN las relaciones sociales se encuentran en definición, esta estructuración es relativamente nueva, por tal motivo se encuentran en proceso de definición de sus relaciones sociales, la definición de los miembros fijos de la organización y los feriantes está en proceso de definición.

En la cuestión alimentaria las estrategias que asumen los distintos actores que intervienen se dan con relación a las limitaciones y potencialidades que existen en su territorio.

Los factores que incidieron en la conformación de estas iniciativas fueron los siguientes. Por un lado, en FOCAZNOM los factores giran alrededor de la necesidad de una organización madre con la que sentirse identificados y cobijados para obtener apoyo de los diferentes actores gubernamentales y no gubernamentales. Construir una organización de apoyo mutuo interno en donde compartir conocimientos entre los diferentes socios. Crear un movimiento de lucha campesina por la soberanía alimentaria, la semillas y precio justo de los productos agrícolas.

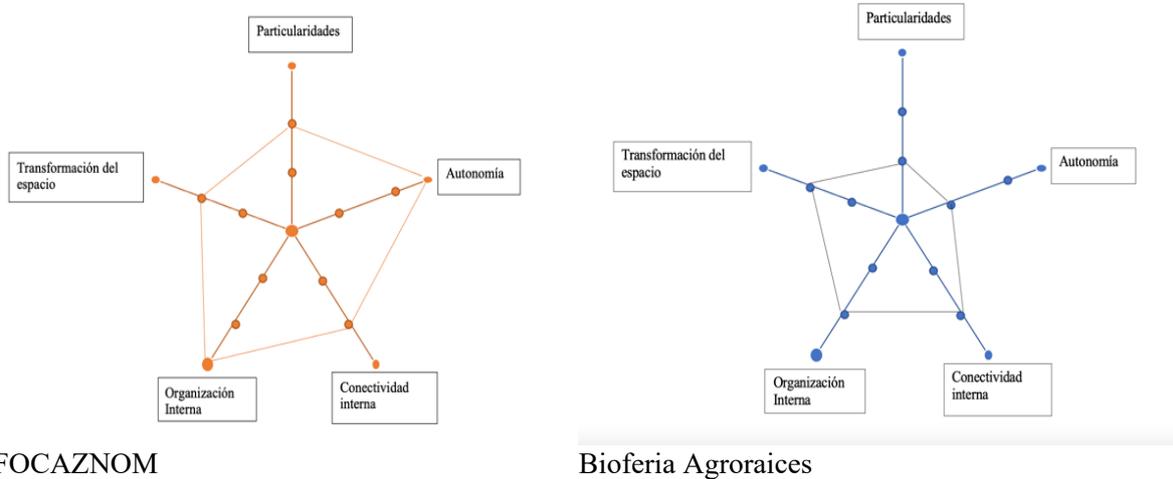
Por otro lado, los integrantes de Asoproman y posteriormente Bioferia Agroraices sintieron la necesidad de cambiar el sistema convencional de producción de alimentos. Contar una organización que consagre sus ideales. Después del terremoto se generaron conversaciones con carteras de Estado como el ministerio de agricultura y Universidades como la Universidad Técnica de Manabí (UTM) para generar espacios de comercialización. En el contexto de la pandemia se mantuvieron espacios como ferias quincenales que migraron de las instalaciones de la UTM a instalaciones PortoParques del GADM de Portoviejo.

El anclaje colectivo y territorializado de las dos organizaciones es una de las principales razones de existencia, y de la viabilidad de las iniciativas de reubicación y reconexión implementadas en ellas. La diversidad de actores que están vinculados a estos colectivos permite una reconfiguración organizacional para adaptarse y captar nuevos proyectos y apoyos desde diferentes actores.

4.3. Resultados de territorialización alcanzados

En este apartado mostraremos los resultados de territorialización alcanzados por las relaciones sociales gestadas en las dos iniciativas analizadas (Figura 4.2). También se analiza si existe una recuperación de las esferas del territorio por parte de los actores locales de la red.

Figura 4.2. Estructuración de la red para el análisis de los resultados de territorialización FOCAZNOM y Bioferia Agroraices



Fuente: Elaborado por la autora.

La red de FOCAZNOM se está territorializando por organización interna en mayor grado, transformación del espacio, particularidad y autonomía en una ponderación de 2.

En términos de resultados de territorialización vemos que la red de FOCAZNOM ha alcanzado mayores resultados de territorialización. Las relaciones de organización interna y de autonomía son las que han alcanzado mayor territorialización ya que está bien definida y funcionando. Existe organización sólida de sus bases, en la que las comunidades socias participan de las reuniones convocadas, de los eventos propuestos y los proyectos adscritos. Las decisiones sobre la organización se toman en asamblea en la que todos los miembros tienen voz y voto.

En el caso de la transformación del espacio existe una transformación del espacio en finca y del espacio de comercialización. Por un lado, en las fincas de los socios más activos es palpable la transformación que han tenido estos espacios de producción. En sus fincas producen bajo prácticas agroecológicas. Aunque aún existen socios que no aplican completamente estas prácticas más sostenibles, estos socios aún producen ciertos productos agrícolas de la forma convencional con agroquímicos productos como el maíz duro. Por otro

lado, el espacio de comercialización es un espacio fijo, limpio que se encuentra estratégicamente ubicado cerca del mercado del cantón, en el que brindan atención todos los días.

La organización y el circuito que conforman tienen sus particularidades que los diferencian de los circuitos de comercialización convencionales. Los productos agrícolas que se comercializan en la tienda comunitaria son producidos de forma agroecológica sin intermediación. Los productores entregan los productos en la tienda comunitaria y en este lugar son adquiridos por el consumidor final.

La FOCAZNOM es una organización que mantiene autonomía en su administración, y que incentiva la participación de sus miembros. Las decisiones las toman en consenso y de forma independiente de otros organismos, aunque mantienen relaciones de apoyo en el desarrollo de proyectos.

La conectividad interna en la organización podríamos decir que está definida, existen canales de comunicación entre las diferentes comunidades afiliadas, de los participantes de los proyectos de FOCAZNOM y en el circuito ASOSALLITA. Pero, hay algunos puntos por mejorar en relación con estos canales de intercambio de información para que exista una comunicación efectiva.

Existe una transformación de espacio de comercialización de la Bioferia y de las fincas de los miembros. En el caso de las fincas de los miembros que vienen con la trayectoria de pertenecer también a Asoproman, son fincas en las que las prácticas agroecológicas están presentes y enraizadas como forma de producción y estilo de vida. En el caso de las fincas de otros feriantes no se ha podido evidenciar una adopción completa hacia las prácticas agroecológicas, estas fincas se encuentran en proceso de transición hacia una producción agroecológica. En el caso de los espacios de comercialización, ha existido una transformación de estos en espacios más accesibles a los consumidores, espacios limpios, con acceso a baterías sanitarias.

En relación con la organización interna, al ser una organización relativamente nueva la organización interna y sus procesos se encuentran en cierto grado definidas, pero aún no funciona al cien por ciento. En el caso de la conectividad interna como resultado de

territorialización, existe canales de comunicación entre los feriantes, pero aún no son completamente eficientes, aún existe problemas de comunicación.

La organización en sus estatutos establece su autonomía, pero en la práctica esta autonomía aún no se materializa completamente. En la actualidad, la organización aún depende de otras organizaciones que les apoyan en la organización de la feria y sus decisiones en ciertas medidas se ven condicionadas por estas.

La red presenta particularidades que la diferencia de otros circuitos de comercialización convencionales. Entre las particularidades que presentan: la orientación al acortamiento de la distancia espacial y relacional entre los productores y consumidores.

Conclusiones

La investigación se realizó en los cantones San Vicente, Portoviejo y Jama con el objetivo de identificar los procesos de territorialización de las diferentes Redes de Alimentación Alternativa (RAA) en la provincia de Manabí. Para cumplir con este objetivo identificamos en la provincia 55 circuitos cortos de comercialización. De estos circuitos se seleccionaron cinco que se constituirían como CIALCOS y RAA por características de complejidad en sus relaciones y autonomía. Utilizando métodos cualitativos como las entrevistas, observación participante y etnografías describimos las iniciativas de acuerdo con las dimensiones de las RAA y pudimos constatar que dos de ellas se encontraban en un proceso más avanzado de formación de redes. Para profundizar el estudio se analizaron las organizaciones FOCAZNOM y ASOPROMAN-Bio FERIA Agroraises, a través de la teoría del capital social y de redes sociales y de esta forma determinar las prácticas que les han permitido territorializarse.

En relación con la pregunta de investigación se concluye que la construcción de las RAA se da por la necesidad de los productores de romper con el patrón del sistema agroalimentario convencional y contar con una organización que los represente y les permita movilizar los diferentes tipos de capitales. Las RAA se desarrollan en función de las realidades y potencialidades del territorio adaptándose a las condiciones ambientales, sociales y culturales. Para que las RAA se territorialicen de forma exitosa es necesario que se genere normativas en los gobiernos autónomos descentralizados, para que los recursos y apoyo a estos espacios y organizaciones se institucionalice como un derecho establecido y no sea el interés electoral lo que movilice los recursos de manera eventual. Otro aspecto importante es el respeto a los procesos propios de cada organización y red en su búsqueda de autonomía, de manera que los financiamientos o apoyos de organizaciones del estado o de las ONGs no les hagan dependientes de recursos y procesos externos.

En cuanto a el primer objetivo de investigación, Identificar y caracterizar los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS), podemos concluir que el terremoto fue un acontecimiento que propició la conformación y el fortalecimiento de los CIALCOS y de las emergentes RAA en la provincia. El terremoto fue un punto de quiebre en el cual las organizaciones visibilizan la necesidad de tener producción de alimentos propia en la provincia y en el que encuentran oportunidades de apoyo externo para la consecución de dicho fin. Tras esta situación de crisis los recursos gubernamentales y no gubernamentales se encausaron a Manabí por ser la provincia más afectada. Los productores se organizaron para

conformar asociaciones y proyectos para poder acceder a estos recursos. Los más favorecidos fueron los que contaban con organizaciones ya consolidadas ya que les fue mucho más fácil gestionar estos recursos gestionando proyectos asociativos con sus miembros ya organizados. Los productores que no estaban organizados pudieron acceder a ciertos recursos y apoyo como en el caso de los productores de Jama, por encontrarse en el lugar del epicentro de este desastre y por la capital social individual de los líderes comunitarios que se tradujeron en el apoyo de los organismos gubernamentales para su conformación y posteriormente en proyectos y recursos gestionados desde ONG's hacia ellos.

En las RAA formadas por FOCAZNOM es posible ver como las relaciones no comerciales de cooperación como por ejemplo la cooperación en la comercialización a través de las ferias y de la tienda agroecológica comunitaria en la que los diferentes socios venden sus productos y adquieren otros que necesitan(; reciprocidad como por ejemplo, los agricultores intercambian productos entre sí como productos de sus fincas, productos artesanales o conocimientos, saberes y semillas, esto es palpable en la ferias anuales de sabores y saberes, intercambio de semilla y la feria agroecológica campesina. Esta reciprocidad fortalece los lazos comunitarios y reduce la dependencia del dinero como único medio de intercambio; y solidaridad que están presentes en los procesos y proyectos que lideran, en donde se busca garantizar el acceso equitativo a los alimentos. Esto implica la creación de sistemas de distribución que prioricen a grupos vulnerables, por ejemplo, los descuentos especiales en la tienda agroecológica comunitaria para los socios de la organización. Internamente en las organizaciones se pueden percibir este tipo de relaciones como beneficios de pertenecer a la red. La federación promueve la educación y la concienciación sobre temas relacionados con la alimentación, agroecología y la justicia alimentaria. Esto incluye la organización de talleres, charlas, escuelas y eventos comunitarios donde se comparte conocimiento sobre prácticas agroecológicas, la importancia de apoyar a los productores locales y los efectos sociales y ambientales de los sistemas alimentarios convencionales. Los proyectos de los que forman parte los socios les permiten mejorar y diversificar sus ingresos. Estas relaciones son posibles por el reconocimiento mutuo entre los actores, orígenes y objetivos similares, que les permite estrechar lazos de confianza y unidad. En esta iniciativa existe una fuerte proximidad relacional organizativa bajo el sentido de pertenencia a la organización y a las comunidades y de semejanza entre los socios.

En el caso de ASOPROMAN ante la suspensión de las ferias se acogieron nuevas estrategias, creando nuevos vínculos y redes sociales virtuales que permitió conservar cierta continuidad en la venta de alimentos. Esta estrategia de entrega a domicilio de productos se consolidó bajo sus propias redes sociales y uso de TIC como Facebook, WhatsApp, Instagram. Estas estrategias tuvieron especial auge en el confinamiento porque se veía como una alternativa para enfrentar al COVID 19 la alimentación sana y porque se temía salir de los domicilios prefiriendo así la entrega de canastas a las casas. Los productores redefinieron sus prácticas para mantener una red de distribución de alimentos en estas nuevas condiciones dictadas por la pandemia como el confinamiento y las restricciones de movilidad.

En relación con el segundo objetivo, describir en detalle el funcionamiento de las Redes Alternativas de Alimentación (RAA), las estrategias que implementan los actores que forman parte las RAA son muy variadas. Estas estrategias se han visto reconfiguradas por la pandemia del COVID 19. Los actores sociales han adoptado y redefinido los espacios de encuentro y de relacionamiento sin perder el contacto directo entre el productor y el consumidor.

En la red de FOCAZNOM en San Vicente se retomaron las ferias mucho antes que, en Portoviejo con la BIO FERIA, manteniendo una periodicidad semanal, hasta asumir nuevas estrategias como cambios en sus espacios de comercialización. De tener presencia en una feria una vez a la semana, FOCAZNOM pasó a una tienda o punto de venta asociativo fijo. Este proyecto o cambio de estrategia permitió tener un lugar de venta permanente para suplir la demanda de los consumidores. Los eventos anuales se han mantenido permitiendo que se mantenga la cohesión entre las comunidades socias, las familias de productores, los actores institucionales, organizaciones de la sociedad civil y consumidores.

Los tres emprendimientos familiares (Rancho Mila, Tierra BellBaum y la tienda agroecológica Conbida) son complementarios en la conformación de su Circuito Alternativo de Comercialización (CIALCO). Estas iniciativas han tenido mucha acogida en el sector de los productos agroecológicos. Los gestores de estas iniciativas se caracterizan por tener un alto nivel de capital cultural y capital económico, cuentan con un nivel de estudios formales alto y con la capacidad de gestionar recursos económicos y factores productivos como trabajo, tierra, capital y tecnología para producir. De forma paralela, las relaciones sociales gestadas en los diferentes espacios del campo de lo concebido como alternativo al sistema

agroalimentario convencional les ha permitido vender sus productos en ferias fuera de la provincia y crear su propio punto de venta.

Asoprocoffee y Agrotabuga son organizaciones de productores de café agroecológico que llevan adelante procesos de cooperación con organismos gubernamentales y no gubernamentales. Los procesos de cooperación les ha permitido crecer como organización en el ámbito social y productivo. En el ámbito social han conseguido visibilizar a sus comunidades y gestionar convenios de desarrollo vial y comunitario. En el ámbito productivo han conseguido maquinaria para el procesamiento del café. Estas organizaciones son las que aglutinan mayor capital social en la zona.

Estas dos asociaciones de café agroecológico conviven en la misma comunidad, pero sus acciones se desarrollan por separado. Las estrategias asumidas son de cooperación con otros actores externos al territorio comunitario. En el territorio se puede percibir cierta competencia y luchas por los espacios entre estas asociaciones, lo que dificulta su cooperación. Sin embargo, hay que considerar que las estrategias competitivas que se implementan en determinados casos también permiten mejorar su posición en el campo social, aunque en esta investigación no se haya profundizado en esos procesos.

En relación al tercer objetivo, identificar las prácticas mediante las cuales las Redes Alternativas de Alimentación (RAA) se están territorializando, las RAA se territorializan a través de generación de vínculos más fuertes a través de varios tipos de capitales, pero principalmente el capital social. El capital social interno de la organización les ha permitido conseguir capital social externo o escalera con actores institucionales fuera de la organización y por ello movilizar otros tipos de capitales y mejorar su posición en el campo social. La práctica que le permite mayor autonomía, son los vínculos y relaciones estables traducidos en capital social interno, y organización interna para generar sus propios espacios de comercialización, espacios de encuentro y relacionamiento entre los miembros de la organización y con actores sociales como consumidores, ong, GAD's locales.

Por un lado, en Focaznom, los espacios de encuentro anuales y las ferias semanales, las reuniones mensuales organizacionales son prácticas que promueven la organización interna, la autonomía organizacional, y el sentido de pertenencia de los socios a la organización, la confianza de los consumidores y por consiguiente su territorialización. Por otro lado, en la BIOFERÍA AGRORAICES el capital cultural expresado en educación de los socios es el que

les permitió organizarse y desarrollar su capital social interno y externo. Los vínculos internos construidos y las redes sociales externas desarrolladas les permitió redefinirse después del confinamiento por el COVID 19 como una nueva red de productores y feriantes mucho más amplia, lo que permitió territorializar y reterritorializar estos espacios.

De forma general, a los pequeños productores campesinos y agroecológicos lo que les ha permitido territorializar sus emprendimientos es formar parte de las asociaciones. El pertenecer a una organización les ha facilitado participar en proyectos de desarrollo con apoyo económico del Estado y de ONGs, y fortalecer sus emprendimientos individuales y crear otros asociativos a través de relaciones de confianza y solidaridad. Las relaciones y las estrategias de cooperación gestadas al interior en la asociación les han permitido a los socios conseguir capital económico traducido como bienes y capital productivo que de forma individual no podrían conseguir.

Tenemos que destacar que el marco teórico y metodológico permitió revelar las dinámicas de poder y las relaciones de intercambio que operan dentro de las RAA, conocer el papel que juegan los valores culturales y simbólicos en estas transacciones. Las entrevistas, la observación participante y la etnografía permitieron develar cómo se construyen las identidades y las narrativas en torno a la alimentación, la comercialización y la agricultura dentro de las redes alternativas, cómo se perciben y representan a sí mismos los actores involucrados en estas redes y qué historias y significados se asocian con los alimentos producidos de manera alternativa. Paralelamente permitió identificar los desafíos y las oportunidades para la territorialización de las redes de alimentación alternativa, conocer los principales obstáculos que enfrentan los actores de las redes, e identificar cuáles son las estrategias y prácticas que se están implementando para superar estos desafíos.

Además, el enfoque en el territorio como campo social destacó la importancia de considerar el contexto local en el que se desarrollan las RAA y permitió conocer qué recursos y actores locales son relevantes para su funcionamiento. De igual forma reconocer como los diferentes tipos de capitales (económico, cultural, social, simbólico) interactúan y se entrelazan en las redes de alimentación alternativa, permitió conocer como en las diferentes iniciativas, la posesión de capital económico pudo influir en el acceso a recursos y la capacidad de inversión en prácticas agroecológicas, mientras que el capital cultural puede determinar el conocimiento y las habilidades necesarias para adoptar estas prácticas y como el capital social permitió movilizar los demás capitales para fortalecer y territorializar las redes.

En síntesis, el marco teórico y metodológico proporcionaron un enfoque integral para comprender las complejas dinámicas sociales, económicas y culturales que caracterizan a estas redes, así como para identificar oportunidades para su fortalecimiento y desarrollo sostenible.

En cuanto a los puntos de convergencia encontrados entre el presente estudio y las investigaciones presentadas en el estado del arte están que la red de relaciones sociales y la cohesión de capital social contribuyen a que los miembros de la red puedan alcanzar otro tipo de capitales como el cultural, simbólico y económico. Las motivaciones de los productores en la construcción de los CIALCOS están dadas para mejorar sus ingresos, construir redes de apoyo en la comercialización, ser una alternativa sustentable social, ambiental y económica. Las RRA y los CIALCOS se convierten en una red de organizaciones políticas y sociales.

Asimismo, las familias que pertenecen a las RAA han mejorado sus prácticas de alimentación y producción. El pertenecer a estos espacios les ha permitido reconectarse con una producción ancestralmente saludable, que entra en el espectro de la agroecología, recuperar prácticas gastronómicas, tener una dieta más variada compuesta por productos locales. En términos económicos, los costos de producción han bajado y el dinero destinada a la compra de alimentos ha disminuido, tomando en cuenta que ya no se destina recursos para la compra de agroquímicos; la producción en las fincas es a pequeña escala y direccionada para el consumo familiar e intercambio, lo que hace que menos recursos de la familia sean direccionados para la compra de alimentos; y al realizarse la venta directamente en la tienda comunitaria, se ha evitado la intermediación generando mayor retribución económica por la producción .

Se recomienda a las instituciones públicas y ONG`s impulsar la construcción de los SPG respetando el rol protagónico de los productores y consumidores en el proceso de garantía. De igual forma promover políticas de concientización a los consumidores de alimentos, para que se empoderen de su rol protagónico en el cambio de sistema agroalimentario. De igual forma, promocionar la producción agroecológica como una alternativa viable al sistema de producción actual basado en el alto uso de agroquímico, industrialización e intermediación, por medio de kits agroecológicos y capacitaciones.

La inclusión de los jóvenes en los procesos de las RAA es clave para que estas se consoliden como alternativa al Sistema Agroalimentario actual. En razón de ello, se pueden crear enfoques creativos, educativos y participativos para incluir a los jóvenes en las RAA. De este

análisis se desprenden las siguientes recomendaciones: motivar la inclusión de la agroecología en la malla curricular en todos los niveles de educación; organizar charlas, talleres y conferencias en escuelas, universidades y comunidades para despertar el interés de los jóvenes sobre la importancia de la soberanía alimentaria, la agricultura sostenible y la producción campesina; crear programas de voluntariado en fincas y proyectos agroecológicos comunitarios donde los jóvenes puedan participar en actividades prácticas como siembra, cosecha, cuidado de cultivos y preparación de alimentos; establecer huertos escolares o comunitarios donde los jóvenes puedan aprender sobre la producción y alimentación saludable mientras cultivan sus propios alimentos; Crear contenido multimedia atractivo, como videos cortos, blogs y podcasts, que muestren los beneficios de la agroecología y alimentación saludable; fortalecer las ferias agrícolas y festivales gastronómicos que destaquen los productos locales, la cocina tradicional y las prácticas agroecológicas; promover la participación de jóvenes agricultores y emprendedores en estos eventos para que puedan mostrar sus productos y compartir sus historias; Por último, incorporar actividades lúdicas y recreativas, como conciertos, juegos y degustaciones, para hacer estos eventos más atractivos para los jóvenes. Crear programas de mentoría donde jóvenes interesados en la agricultura puedan ser guiados por agricultores experimentados y profesionales en la rama. Al combinar estos enfoques, se puede hacer que los procesos de soberanía alimentaria, producción agroecológica y producción campesina sean más atractivos y accesibles para los jóvenes, inspirándolos a participar activamente en la construcción de un sistema alimentario más sostenible y justo.

Para diversificar las actividades en las RAA se recomienda promocionar experiencias de turismo rural donde los visitantes puedan hospedarse en las fincas agroecológicas, participar en actividades agrícolas y aprender sobre la producción de alimentos sostenibles. A su vez, ofrecer visitas guiadas por los campesinos en las fincas y huertos agroecológicos, donde los turistas puedan conocer de cerca los sistemas de cultivo agroecológicos, la diversidad de alimentos y las prácticas de conservación del suelo. Al mismo tiempo, organizar actividades interactivas como talleres de cocina con ingredientes locales, degustaciones de productos y paseos por senderos naturales para conectar a los turistas con la cultura y la biodiversidad local.

Referencias

- Almeida Guerrero, Andrea Nathaly. 2017. “De la mata a la olla”: trabajo de cuidado y prácticas alimentarias en la provincia de Manabí. Tesis de maestría, FLACSO, Ecuador. <http://hdl.handle.net/10469/11389>.
- Alteri, Miguel y Clara Nicholls. 2010. “Agroecología: Potenciando la agricultura campesina para revertir el hambre y la inseguridad alimentaria en el mundo”. *Revista de Economía Crítica 10 segundo semestre*: 62-74. <https://base.socioeco.org/docs/20110210093926617.pdf>
- Angrosino, Michael. 2012, *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Azam, Geneviève. 2009. “Economía solidaria y reterritorialización de la economía”. *Pampa* (5) :69-77. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S2314-02082009000100003&script=sci_arttext
- Barrero Salinas, Andrés. 2011. “Bruno Latour y la Teoría del Actor-Red: fundamentos”. Tesis de pregrado. Universidad de la Salle. <https://acortar.link/5xTLxB>
- Barriga Velázquez, Liseth Estefanía. 2016. “Redes alimentarias alternativas, contribuciones a la reconexión del consumidor con la alimentación”. Madrid: IPDRS.
- Bourdieu, Pierre. 2001. El capital social: apuntes provisionales. *Zona Abierta* (94):83-87. <https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/45076>
- _____. 2001. “Las formas del capital. Capital económico, cultural y social”. En *Poder Derecho y Clases Sociales* (2), traducido por María José Bernuz Benitez, Daniel Oliver Lalana, María José González Ordovás y Andrés García Inda, 131-141. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer. <https://acortar.link/jGnV93>
- Brand Monsalve, Edinson Gabriel y Gómez Henry. 2006. "Análisis de redes sociales como metodología de investigación". Elementos básicos y aplicación. *La Sociología en sus Escenarios* (13): 1-28. <https://hdl.handle.net/10495/2542>
- Calle Collado, Ángel, Marta Soler Montiel y Marta Rivera Ferre. 2010. “Soberanía alimentaria y Agroecología Emergente: la democracia alimentaria”. En *Aproximaciones a la Democracia Radical*, editado por Ángel Calle Collado. Barcelona: Editorial Icaria. Edición en PDF.
- Cerón Martínez, Armando Ulises. 2019. “Habitus, campo y capital. Lecciones teóricas y metodológicas de un sociólogo bearnés”. *Cinta de moebio* (66): 310-320. <https://dx.doi.org/10.4067/s0717-554x2019000300310>
- Cerrada Serra, Pedro. 2019. “El sistema alimentario alternativo huerta-ciudad en Valencia: configuración, gobernanza y retos”. Tesis de Doctorado, Universidad Politécnica de Valencia. Edición en PDF.
- CGIAR (Consultative Group on International Agricultural Research). 2010. “Cómo entender la acción colectiva. Acción colectiva y derechos de propiedad (CAPRI)”. En *Manual de Recursos, derechos y cooperación*. CGIAR. Edición en PDF.
- Chaffote Lydie y Chiffolleau Yuna. 2007. Vente directe et circuits-courts évaluations, définitions et typologie. *Les Cahiers de l’Observatoire CROC* (1): 1-8. Edición en PDF.
- Correa Moreira, Gonzalo Matías. 2011. “El concepto de mediación técnica en Bruno Latour. Una aproximación a la teoría del actor-red”. *Revista sicología, Conocimiento y Sociedad* 2 (1): 56 – 81. <https://www.redalyc.org/pdf/4758/475847407004.pdf>
- Craviotti, Clara y Ronal Soleno Wilches. 2015. “Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un

- acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina”. *Mundo Agrario* 16(33). <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv16n33a02>
- Cruz, Alba Lucia. 2015. “Bruno Latour y el estudio de lo social: construcción y actuación en red”. *Revista Lebret*, (7): 63-76.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5983217>
- Dalle, Pablo, Paula Boniolo, Ruth Sautu y Rodolfo Elbert. 2005. *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. [http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/formacion-virtual/20100719035021/sautu.p df](http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/formacion-virtual/20100719035021/sautu.pdf)
- Deleuze, Gilles y Félix Guattari. 1997. “Mil Mesetas. Capitalismo y esquizofrenia”. *Lengua y Sociedad* 21 (2): 641-647. <https://doi.org/10.15381/lengsoc.v21i2.24203>
- Di Masso, Mariana. 2012. “Redes alimentarias alternativas y soberanía alimentaria. Posibilidades para la transformación del sistema agroalimentario dominante”. Tesis de Maestría. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).
- Entrena Durán, Francisco. 1999. “La desterritorialización de las comunidades locales rurales y su creciente consideración como unidades de desarrollo”. *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario* (3): 29-41.
- Espinosa Landázuri, Paulina y Gloria Patricia Zuluaga Sánchez. 2015. “Redes alimentarias alternativas en Medellín: caracterización y perspectivas de productores, comercializadores y consumidores”. Conferencia pronunciada en V Congreso Latinoamericano de Agroecología-SOCLA, La Plata, octubre de 2015.
<https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/52154>
- Ferguson, Bruce, Helda Morales, Aldo González Rojas, Felipe de Jesús Íñiguez Pérez, María Elena Martínez Torres, Kathleen McAfee, Ron Nigh, Ivette Perfecto, Stacy Philpott, Lorena Soto Pinto, John Vandermeer, Rosa María Vidal, León Enrique Ávila Romero, Héctor Bernardino y Rosario Realpozo Reyes. 2009. “La soberanía alimentaria: Cultivando nuevas alianzas entre campo, bosque y ciudad”. *Revista Agroecología* (4): 49-58. <https://revistas.um.es/agroecologia/article/view/117181>
- García Rocés, Irene y Marta Soler Montiel. 2010. “Mujeres, agroecología y soberanía alimentaria en la comunidad Moreno Maia del Estado de Acre. Brasil”. *Investigaciones Feministas* (1): 43-65. <https://hdl.handle.net/11441/88289>
- Gibbs, Graham. 2012. *El análisis de datos cualitativos en la Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata. Edición en PDF.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Jama. 2014. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo y Descentralizado Municipal de Jama 2014.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Portoviejo. 2018. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo y Descentralizado Municipal de Portoviejo 2018.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Vicente. 2015. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo y Descentralizado Municipal de San Vicente 2015.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí. 2021. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo y Descentralizado de la provincia de Manabí 2021.
- Gordillo, Gustavo y Obed Mendez. 2013. *Seguridad y soberanía alimentaria*. Documento base para la discusión. FAO. Edición en PDF.

- Gortaire Roberto. 2016. "Agroecología en el Ecuador. Proceso histórico, logros, y desafíos". *Antropología Cuadernos de Investigación* 17: 12-38. <https://doi.org/10.26807/ant.v0i17.85>
- Guattari, Felix y Suely Rolnik. 1986. *Micropolítica: Cartografía del deseo*. Madrid: Traficantes de sueños. <http://libros.metabiblioteca.org/handle/001/297>
- Goodman, David. 2003. "The quality "turn" and alternative food practices. Reflections and agenda". *Journal of Rural Studies* 1 (19): 1–7. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00043-8](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00043-8)
- _____. Melanie DuPuis y Michael Goodman. 2012. *Alternative food networks: Knowledge, practice, and politics*. New York: Routledge. Edición en PDF.
- Grawitz, Madeleine. 1984. *Métodos y técnicas de las ciencias sociales, tomo II*. México: Editia Mexicana. Edición en PDF.
- Gutiérrez, Pedro Martín. 2000. "Mapas sociales: método y ejemplos prácticos". En *Prácticas locales de creatividad social*, editado por Tomas Rodriguez Villasnate, Manuel Montañez Serrano y Pedró Martín Gutiérrez, 50-65. España: El viejo topo. https://www.redcimas.org/wordpress/wp-content/uploads/2012/09/lcc2_practicas_locales_creatividad_social.pdf#page=65
- Gutiérrez Vidrio, Silvia. 2012. "El análisis del discurso: Aporte teórico- metodológicos para el estudio de la migración". En *Métodos cualitativos y su aplicación empírica*, editado por Marina Ariza y Laura Velasco, 353-384. México: UNAM. Edición en PDF.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). 2010. VII Censo de Población y VI de Vivienda.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). 2018. Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC.
- Institut d'Economia Ecològica. 2010. Indicadores participativos de soberanía alimentaria en Catalunya. Asociación Entre Pueblos. Arran de terra: Catalunya. Edición en PDF.
- Izcara Palacios, Simón Pedro. 2014. *Manual de investigación cualitativa*. Ciudad de México: Fontamara. <https://repositorio.minedu.gob.pe/handle/20.500.12799/4613>
- Herault-Fournier, Catherine, Aurélie Merle y Anne Hélène Prigent-Simonin. 2012. "Comment les consommateurs perçoivent-ils la proximité à l'égard d'un circuit court alimentaire?". *Management Avenir* 3 (53): 16-33. <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2012-3-page-16.htm>
- Herner, María Teresa. 2009. "Territorio, desterritorialización y reterritorialización: un abordaje teórico desde la perspectiva de Deleuze y Guattari". *Revista Huellas* 13: 158-171. <http://beu.extension.unicen.edu.ar/xmlui/handle/123456789/248>
- Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio. 1997. *Metodología de la investigación*. México DF: McGRAW - Hill Interamericana de México, S.A.
- Hughes, Alex. 2005. "Geographies of exchange and circulation: alternative trading spaces". *Progress in Human Geography* 29 (4): 496–504. <https://doi.org/10.1191/0309132505ph563pr>
- La Vía Campesina. 2013. Que es la soberanía alimentaria. *La Vía campesina movimiento campesino internacional*. Edición en PDF.
- Latour, Bruno. 2008. "Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red", traducido por Andrés Vaccari. *Revista iberoamericana de ciencia tecnología y sociedad* 4 (11): 189-192. <http://www.scielo.org.ar/pdf/cts/v4n11/v4n11a12.pdf>
- León Vega, Xavier. 2018. "Soberanía alimentaria: Sistema agroalimentario, movimientos campesinos y políticas públicas, el caso de Ecuador". Tesis doctoral, Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional.

- https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/28923/TESIS_LE%C3%93N_VEGA_XA_BIER%20ALEJANDRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- López García, Daniel. 2015. "Producir alimentos, reproducir comunidad. Redes alimentarias alternativas como formas económicas para la transición social y ecológica". *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 62 (3): 688-690.
<https://core.ac.uk/download/pdf/78544066.pdf>
- Ministerio de Agricultura (MAG). 2012. *Circuitos cortos de comercialización: estrategia de la agricultura familiar y campesina*, editado por Carmen Gangoten. Ecuador. Edición en PDF.
- _____. 2012. Memoria Técnica Cantón Jama: Generación de geoinformación para la gestión del territorio a nivel nacional escala 1: 25 000. Edición en PDF.
- _____. 2012. Memoria Técnica Cantón Portoviejo: Generación de geoinformación para la gestión del territorio a nivel nacional escala 1: 25 000. Edición en PDF.
- _____. 2012. Memoria Técnica Cantón San Vicente: Generación de geoinformación para la gestión del territorio a nivel nacional escala 1: 25 000. Edición en PDF.
- Martínez Castillo, Róger. 2010. "Soberanía Agroalimentaria: características, obstáculos y perspectivas". *Ciencia y Sociedad* XXXV (4): 623-656
- Martínez Valle, Luciano. 2003. "Capital Social y Desarrollo Rural". *Iconos* 16: 73-85.
<https://doi.org/10.17141/iconos.16.2003.525>
- _____. 2012. "Apuntes para pensar el territorio desde una dimensión social". *Ciências Sociais Unisinos* 48 (1): 12-18.
http://unisinos.br/_diversos/revistas/ojs/index.php/ciencias_sociais/article/view/csu.2012.48.1.02
- Méndez Gutiérrez del Valle, Ricardo y Obdulia Monteserín Abella. 2017. "Redes alimentarias alternativas: los mercados de productores agrarios en Madrid". *Cuadernos Geográficos* 56 (1): 193-216. <http://hdl.handle.net/10261/207876>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES). 2013. *Situación de la desnutrición crónica en niños y niñas de servicios de desarrollo infantil integral*. Quito: MIES.
- Muñiz Jaime, Laura Patricia, María Lisseth Vinuesa Ramírez y Gino Iván Ayón Ponce. 2019. "El comercio justo como alternativa para desarrollar estrategias en beneficio de los productores". *Dominio de las Ciencias* 5 (3): 589-602.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7154283>
- Monachon, David Sebastian. 2017. "Redes Alimentarias Alternativas nuevos compromisos políticos y sociales. Un estudio comparativo franco-mexicano". Tesis de Doctorado, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Ministerio de Salud Pública (MSP). 2019. Desnutrición cero, Ecuador, semana epidemiológica. Base de datos.
- Noël, Julien, Christine Margetic, Florence Lanzi, Thomas Dogot et Kevin Maréchal. 2021. "De l'importance des structures collectives territorialisées pour consolider la viabilité des circuits alimentaires de proximité". *Développement durable et territoires* 12 (1): 1-24. <https://doi.org/10.4000/developpementdurable.18679>
- Noël, Julien, Florence Lanzi, Thomas Dogot y Kevin Maréchal. 2019. "Circuitos cortos alimentarios de proximidad y soberanía territorial ciudadana, El caso de las cooperativas Agricover y Paysans-Artisans en Valonia (Belgica)". Conferencia pronunciada en el Congreso internacional Jysala, Ciudad de Mexico, 30 de octubre de 2019. <https://shs.hal.science/halshs-02421932/file/cooperativas%20Agricover%20y%20Paysans%20Artisans%20Belgica.pdf>

- Ostrom, Elinor. 2004. "Collective action and property rights for sustainable development"., *Understanding Collective Action Focus1, Brief 2*: <https://lib.icimod.org/record/11729/files/4358.pdf>
- Quivy, Raymond y Luc Van Campenhoudt. 2005. *Manual de investigación en ciencias sociales*. México: Limusa
- Páez Von Lippke, Luis Alberto. 2016. "Respuestas alternativas a la globalización alimentaria. El caso del Colectivo Agroecológico en el Ecuador". Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador. <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4833/1/T1844-MELA-Paez-Respuestas.pdf>
- Pineda, Alicia y Lourdes Molero. 2012. "Concepción semiótica de la tecnociencia en Bruno Latour. Apuntes para una comunicación pública". *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento Enl@ce* 9 (3): 11-33. <https://www.redalyc.org/pdf/823/82325415002.pdf>
- Pralya, Cécile, Carole Chazoule, Claire Delfosse y Patrick Mundler. 2014. "Les circuits de proximité, cadre d'analyse de la relocalisation des circuits alimentaires". *Géographie, Économie, Société* 16 (4): 455-478. <https://doi.org/10.3166/ges.16.455-478>.
- Rädiker, Stefan y Udo Kuckartz. 2020. *Análisis de Datos Cualitativos con MAXQDA Texto, Audio, Video*. Traducido por Antoni Casasempere Satorres y Marisa Vercher Ferrándiz. Berlín: Springer International Publishing.
- Ramírez García, Susana, Olga Inmaculada Mancha Cáceres y Consuelo Del Canto Fresno. 2016. "Las agriculturas territorializadas, oportunidades y retos frente al paradigma agroindustrial". *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 3 (62): 639-660.
- Ramírez Plascencia, Jorge. 2017. "Bruno Latour y las Nuevas Reglas del Método". En *Repensar a los Teóricos de la Sociedad III*. Editado por Jorge Ramírez Plascencia y Ana Cecilia Morquecho Güitrón, 269- 288. Ocotlán: Universidad de Guadalajara Centro Universitario de la Ciénega.
- Ramos Vidal, Ignacio. 2015. "Análisis de redes sociales: una herramienta efectiva para evaluar coaliciones comunitarias". *Revista de Salud Pública* (17): 323-336. : <http://dx.doi.org/10.15446/rsap.v17n3.43051>
- Ranaboldo, Claudia y Marta Arosio. 2016. "Circuitos Cortos de Comercialización: una mirada desde el enfoque territorial." FAO. <http://www.fao.org/#sthash.4FOAm1xA.Dpbs>.
- Reina Usuga, Martha Liliana. 2016. "Sostenibilidad y gobernanza alimentaria análisis de la contribución de los canales cortos de comercialización territorial en sendos casos de estudio en Colombia y España". Tesis de Doctorado, Universidad de Córdoba.
- _____, Tomas de Haro Gimenez y Carlos Parra López. 2018. "Canales cortos de comercialización territoriales: conceptualización, caracterización y aplicación para el caso de Córdoba". *Revista de la Asociación Interprofesional para el Desarrollo Agrario AIDA* 114 (2): 183-202. <https://doi.org/10.12706/itea.2018.012>
- Red de Guardianes de Semilla (RGS). 2021. *Garantía Agroecológica*. <https://garantia-agroecologica.redsemillas.org/>
- Riaño Pulido, Jorge Alfredo y Oriana Nathaly Salazar Beltrán. 2009. "Territorialización del desarrollo local: El caso de las redes productivas en la agrocadena de la papa criolla en el Rosal Cundinamarca". Tesis de Pregrado. Universidad de La Salle Ciencia Unisalle, facultad de ciencias económicas y sociales. <https://ciencia.lasalle.edu.co/economia/164>.
- Rivera Bilbao La Vieja, Claudia. 2001. "Prácticas agrícolas y seguridad alimentaria: un caso de estudio en los Andes Centrales argentinos". Tesis de maestría, Universidad de Buenos Aires. <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/maestria/2014riveraclaudia.pdf>

- Ruiz Osoro, Pepe. 2013. “Distribución agroalimentaria: Impactos de las grandes empresas de comercialización y construcción de circuitos cortos como redes alimentarias alternativas”. *Cuadernos de trabajo Hegoa* (61):1-73.
<https://ojs.ehu.eus/index.php/hegoa/article/view/10583>
- Schweizer, Carl. 2013. Campaña ¡Qué Rico Es! Guía de ferias Agroecológicas. Quito: Comisión de Consumidores. Edición en PDF.
- Sámano Rentería, Miguel Ángel. 2013. “La agroecología como una alternativa de seguridad alimentaria para las comunidades indígenas”. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 4 (8): 1251-1266. <https://www.scielo.org.mx/pdf/remexca/v4n8/v4n8a11.pdf>
- Sánchez Hernández, José Luis. 2009. “Redes Alimentarias Alternativas: Concepto, tipología y adecuación a la realidad española”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (49): 185-207. <http://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/download/781/704>
- Sánchez Zamora, Pedro, Rosa Gallardo Cobos y Felisa Ceña Delgado. 2017. “Análisis de los factores de resiliencia en territorios rurales de Andalucía mediante técnicas de Proceso Analítico en Red (ANP)”. *Información técnica económica agraria ITEA 113* (1): 68–89. <https://aida-itea.org/aida-itea/files/itea/revistas/2017/113-1/68-89%20REVISTA%20ITEA%20113-1.pdf>
- Sevilla Guzmán, Eduardo. 2006. “Agroecología y agricultura ecológica: hacia una “re” construcción de la soberanía alimentaria”. *Instituto de Sociología y Estudios Campesinos 1*: 7-18. <https://revistas.um.es/agroecologia/article/view/13/4>
- Sevilla Guzmán, Eduardo y Graham Woodgate .2013. “Agroecología: fundamentos del pensamiento social agrario y teoría sociológica”. *Revista Agroecología 8* (2): 27-34. <https://revistas.um.es/agroecologia/article/view/212161>
- Schettini, Patricia y Inés Cortazzo. 2015. *Análisis de datos cualitativos en la investigación social. Procedimientos y herramientas para la interpretación de información cualitativa*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata, Ediciones UNP.
- Singer, Paul. 2007. “Economía Solidaria. Un modo de producción y distribución”. En *La Economía Social desde la periferia. Contribuciones Latinoamericanas*, editado por José Luis Coraggio, 59-78. Buenos Aires: Altamira.
- Stedile, João Pedro y Horacio Martins de Carvalho. 2011. “Soberanía alimentaria: una necesidad de los pueblos”. En *Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo*, editado por Holt Giménez, 49-60. Universidad Nacional Autónoma De México Instituto de Investigaciones Sociales.
https://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/502trabajo.pdf
- Tójar Hurtado, Juan Hurtado. 2006. *Investigación cualitativa. Comprender y actuar*. Madrid: La Muralla.
- Villalba Eguiluz, Unai y Juan Carlos Pérez de Mendiguren. 2019. “La economía social y solidaria como vía para el buen vivir”. *Iberoamerican Journal of Development Studies 8* (1):106 -136. DOI: 10.26754/ojs_ried/ijds.338
- Vivas, Esther. 2007. “La distribución moderna: la invasión de los supermercados”. *Viento Sur* (94) noviembre: 56-64.
- Waldmueller, Johannes y Laura Rodríguez Avalos. 2015. “La soberanía alimentaria más allá de la técnica: Una aproximación global hacia su monitoreo intercultural”. *Comentario Internacional. Revista del Centro Andino de Estudios Internacionales 15*: 253-286.
<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/comentario/article/view/482>
- Witrock, Merlin .1986. *Análisis de datos y redacción del informe. La investigación en la enseñanza II. Métodos cualitativos y de observación*. Barcelona: Paidós Educador.

Anexos

Anexo 1. Entrevistas semiestructuradas



Fecha:

Entrevista para describir el funcionamiento de Redes Alternativas de Alimentación (RAA) / Canales Cortos De Comercialización (CCC)

NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN:	
NÚMERO DE SOCIOS:	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:	
FORMA JURIDICA:	
AÑO DE CREACIÓN:	
DIRECCIÓN:	
NOMBRE DEL ENTREVISTADO:	
CARGO:	
GENERO:	
EDAD:	
TELEFONO:	
CORREO:	

1. **Describa brevemente la organización a la que pertenece (misión, líneas de acción, etc).**
2. **¿Como lograron unirse los diferentes integrantes a la organización?**
3. **Factores que incidieron en la conformación de la iniciativa**
4. **¿Cuales son las actividades principales que realiza en el ámbito agroalimentario o en los Circuitos Cortos de Comercialización (Producción, transformación, comercialización)?.**
5. **¿Que tipo de producción tiene y atributos de los productos que oferta como RAA y como iniciativa individual?**



6. **Vinculación con movimientos sociales y economías sociales (Economía campesina, economía social y solidaria)**

7. **¿Qué estrategias han asumido para enfrentar los cambios por la pandemia del COVID? (Ventas externas del territorio local, sistema de canastas, comercio electrónico, relaciones con redes externas).**

8. **¿Cuáles son los grupos de consumidores que adquieren sus productos? ¿Siguen siendo los mismo, se han diversificados ahora con el COVID? Tipo de consumidores (Locales, centro, otros poblados, turistas)**

9. **¿Cuales son las problemáticas actuales?**

10. **¿En que localidad producen los alimentos o los procesan y a que lugares llegan estos productos, (quienes los distribuyen)?**

11. **¿Los productos los venden directamente al consumidor o a través de algún intermediario?.**

12. **¿Reciben algún apoyo de terceros (sociedad civil, ONG, GAD's) en la organización de la feria o en otras actividades?**



13. Cuales son los principales logros que a alcanzado su organización o emprendimeinto?

14. ¿Tienen relación con otras organizaciones afines (¿producción, transformación, o comercialización de alimentos GAD's, ONG?

15. ¿Participan en otras ferias?, ¿quienes los convocan?

16. ¿Su producción es orgánica, sustentables, agroecológica, en transición a agroecológica, artesanales? ¿Por qué?

No usa agroquímicos:

Usa fertilizantes orgánicos:

El productor indica utiliza mínimamente agroquímicos en su producción:

Diversidad en los cultivos

17. ¿Su producción es artesanal? ¿Por qué?

18. ¿Considera que los precios a los que vende los productos son considerados precio justo?

19. ¿Cuales son sus mecanismos de fijación de los precios?

Anexo 2. Ficha guía para mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.



FICHA GUÍA PARA MAPEO DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, COCINA, CONSUMO O RECICLAJE ALTERNATIVO DE ALIMENTOS.

Lugar del evento o de encuentro:

Fecha:

Objetivo: Conocer las redes alternativas de alimentos que reúne a productores agroecológicos en transición, participantes de mercados alternativos (ferias, tiendas, canastas, y otros.), cocineros y consumidores responsables, conocer sus experiencias alrededor de la alimentación y de otros grupos que se encuentran emprendiendo iniciativas similares, conocer cuales han sido sus limitaciones, sus fortalezas que estrategias han llevado a cabo para salir adelante avanzar juntos hacia alternativas de soberanía alimentaria

Nombre de la experiencia/ emprendimiento o RAA:	
Responsables:	
Numero de teléfono de contacto:	
Correo electrónico:	
Descripción de lo que hacen en su colectivo/ iniciativa personal emprendimiento:	
# de socios:	
Años:	
Dirección:	

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
1	Asociación de comedores “Sus Mares”	Venta de almuerzos y platos a la Carta.	10 socios inscritos, 4 socios activos	Daniel Cheme	0990348792	Cantón Pedernales, Km 17, Cañaverl - Cojimies	
2	Cooperativa de producción pesquera “Los Delfines de la Chorrera”	Pesca Artesanal Proveen productos pesqueros a la comunidad y a los de comunidades aledañas. Envase y comercialización de productos del mar. Atienden de lunes a sábado	Año 1999 38 socios entre socios individuales y familiares.	Presidente- Ángel Robles -0980556677 Secretaria- Nancy Lucas- 0995668137	delfineslachorrera@yahoo.es nancygabrielamera@yahoo.es	Cantón Pedernales, Comunidad La Chorrera	
3	Asociación ASOPROPECHU	Recolección de conchas, custodia del manglar		Leonardo Iván Napa Mera	09339697304	Cantón Pedernales, Parroquia Cojimies, Comunidad el Churo	

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
4	Asociación ASOMACHE (Asociación para el desarrollo productivo y comunitario)	Finca Integral exportación a Suiza 40 hectáreas de camaronera. Producen en el campo productos orgánico para la exportación Reforestación caña guadua	67 personas	Wilfrido Bravo- 0985962086 0993553778 Walter Peña - 0986639629	asomache2007@hotmail.com	Cantón Pedernales, Km 33, vía a Pedernales, Sitio Mache	
5	(ASOPAR) Marca PALMAVERAL	Producción de aceite de coco, leche de coco, pulpa de coco.	15 personas	Administradora Maris Jama – 0994279681 Presidenta - Rosa Leones	aasoparc@gmail.com	Cantón Pedernales, Parroquia Cojimíes, Km 17, Cañaveral	
6	Asociación LA CAÍDA DEL SOL	Alquiler de sillas, parasoles y venta de comida rápida En feriados mas activos	12	Michel Bermudez miskatlove@hotmail.com	0960099244	Cantón Pedernales, Parroquia Cojimíes, Sitio El Piedrero	
7	ASOPROARTGA (Asociación de producción y venta de artesanías)	Venta y producción de artesanías en: Barro Trenzas Tagua	19 socios	Administrador- Galo Panta Presidente: Enrique Palacio Secretaria - Rosario Zambrano	0998816319- secretaria	Cantón Pedernales, García Moreno y Malecón	

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
	Resolución SEPS ROEPS-2016-903007	Bambu Madera Concha (Compran la materia prima)					
8	Asociación Sembrando Esperanza	Artesanías en bambu Confección de canastas Construcción de casas de bambu	30 personas 2 años	Sara Vásquez 0996977400	Asociacionproose@gmail.com	Uleam - Pedernales	
9	Asociación Cañaverál el Naranja	Viveros de venta de cacao Venta de tontas Rompopo Café molido Chocolate Queso Plantas medicinales	39 socios 28 de marzo 2018 Fundación. Organizados desde 2016 después del terremoto	Secretaria- Martha Marín 0992104195 Flor 0969699660 Pedro Pablo Ortiz- 0980670354		Cantón Pedernales – Comunidad Cañaverál del Naranja	Pedernales – Cañaverál del naranja (no de cojimies) vía El Carmen – entrada a Manguepaja
10	Asopropecaña (Asociación de Producción Pesquera de Cañaverál) San Lorenzo	Pesca artesana Preparación de comida	13 socios	David Bone	0988380186	Cantón Pedernales, Parroquia Cojimies - Comunidad Cañaverál	

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
1 1	Asociación ASOSERTUARIO Asociación El Estuario	Compra y venta de productos 3 ropa 3 comida 2 legumbres y comida 3 pesca	13 socios 2 años con vida jurídica	Carmen Vélez- 0986280651 Asistente- Ana Bravo- 0999162493 (contactar)	anitabravo2013@gmail.com	Cantón Pedernales, Parroquia Cojimies	
1 2	Asociación de Servicios Turísticos Pedernal (ASOSERTURP)	Venta de comida preparada Todo lo que se trata de marisco, ceviches, arroces, pescados. Una sección se maneja con los productos mariscos, la segunda sección son embotajados, corviche, etc. También otros productos, como helados y cocos. Asociarse para hacer más fácil las políticas públicas, anteriormente	21 socios. Fundación: agosto 2019	Presidente - Vicente David Puertas - 0969521870 Vicente Velasquez Administrador Katherine Espinoza - secretaria Asociación 0968037787	asoserturpperdernaes@gmail.com	Cantón Pedernales, Malecón Segunda Etapa – Frente de la playa Pedernales segunda etapa del malecón. Son carpas en la playa.	

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
		trabajan informalmente.					
13	Asoprocaffe	Producción, venta, procesamiento de café	17 socios 2 años constituidos legalmente	Geomaira Patrón Álava	0980401193	Cantón Jama, Sector las Cañas, Tabuga	
14	Agrotabuga Café Tabuga	Asociación de producción, comercialización de café orgánico. Producción de su propio fertilizante Socios venden 50% de la producción a la asociación por estatuto.	30 socios de 8 comunidades diferentes 3 años constituidos, 2017	Administradora - Victoria Castro – 0981553396 Socio catador - Miguel Carrera- 0985986264	administracion@agrotabuga.com info@agrotabuga.com www.agrotabuga.com	Cantón Jama, Km 24 vía Jama-Pedernales Tabuga	
15	Asociación de ceviches- Playa del norte	Venta de ceviches y encebollados	10 socios Constituidos febrero 2020	Secretaria – Gema Vera 0994188584 Administradora – Joel Lopez - 0991964186	veraponcegema@gmail.com	Cantón Pedernales, Playa del Malecón Pedernales	

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
16	Asociación de producción pesquera 11 de noviembre “La Cabuya”	Producción pesquera		Juan Pablo Ureta	0969761778	Cantón Pedernales, La Cabuya	
17	Asociación agropecuaria “San Antonio de Tabiazo”	Producción agropecuaria		Gerardo Murillo	0983796282	Cantón Pedernales	
18	Asociación de servicios “Mirador del Pacifico”	Venta de comida preparada Gastronomía, platos derivados del marisco. Se consigue en Pedernales o el Matal. Asociarse para organizarse y tener mejor acogida – reunirse, agruparse de mujeres emprendedoras. La mayoría es mujeres.	16 socios	Gretty Rodriguez	0994424857	Cantón Pedernales, Segunda Etapa	Segunda Etapa del Malecón (solo hay dos bloques)

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
19	Asociación de servicios alimenticios "Cojimies"			Agustín Vélez	0992790314	Cantón Pedernales	
20	Asociación Agropecuaria – Rio Verde			Ney Veleasquez			
21	Asociación de sembrío la Manuca	Sembrío de maíz		Enrique Vera	09864489762	Cantón Pedernales	
22	Asociación de comerciantes de mariscos	Compra y venta de productos del mar		Adrián Escobar	0995952745	Cantón Pedernales	
23	Asociación ASPROASAPCA	Producción de lacteos		Vicente Chanaba	0992934253	Cantón Pedernales	
24	Asociación Rio Vite	Finca Integral		Cristóbal Molina	0991181875	Cantón Pedernales	

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
25	Asociación de ganaderos el nuevo mundo	Cría de animales		Venancio Valdez	096905595	Cantón Pedernales	
26	Asociación “ASOLAVENADO”	Elaboración de lácteos		Klever Rivadeneira	0967225987	Cantón Pedernales	
27	Asociación agrícola Unión Manabita recinto la Piedrita	Producción agrícola		Rosa Castañeda	0981840597	Cantón Pedernales	
28	Asociación de productores artesanales pesqueros “Nuevo Cojimies”	Pesca artesanal		Patricio Alvarado Luis Carlos Bone	0980729351	Cantón Pedernales	
29	Asociación Pesca Mar	Pesca artesanal		Milthon Quiñones	0980323246	Cantón Pedernales, Parroquia Cojimies	
30	Asociación de Producción y comercialización ASOPROCAPELES	Producción y Comercialización Agropecuaria CACAO – local a intermediarios	15, 4 años	Mgs. José Luis Valencia Obando	0988640843	GAD Desarrollo Comunitario	

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
31	Asociación de producción Agropecuaria de Agua Fría	Producción agrícola y pecuaria Productores de cacao. Buscan poder vender directamente. Asociarse para poder recibir más apoyo del gobierno, poder pedir proyectos de vía y otras cosas dentro de la comunidad.	19	Nelson Satizaval - Presidente	0997476226	Cantón Pedernales Agua Fría - Vía a Chamanga	
32	Asociación ASOFRUTROP	Venta de frutas Tropicales		Jefferson Macías		Cantón Pedernales	
33	Cooperativo de Producción pesquera	Pesca Artesanal		Juan Pablo Ureta		Cantón Pedernales	
34	Asociación ASOPROGUADUAL	Pesca Artesanal		Oscar Marconi Panezo	0989624591	Cantón Pedernales	

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
35	Asociación Agropecuaria Beche	Producción Agropecuario		Antonio Moreira		Cantón Pedernales	
36	Reserva La Victoria	Conservación Reforestación Ganadería Producción de camarón Hortalizas	Familiar	Barón Cevallos	0984280174	Cantón Jama, Km 43 de la Vía a San Vicente	
37	Asociación de ganaderos /Finca Agroecológica El Tigre	Cría responsable de ganado Reforestación Sistema de ganadería regenerativo. 54 ha.		Patricia Zambrano	0969397836 jesu8396@hotmail.es	Cantón Flavio Alfaron	
38	Manabí en la Mesa	Capacitación en manipulación de alimentos Servicio de Catering implementación escuela comunitaria de cocina.		Ángel Alcívar	0997786781 angel-7-cr@hotmail.com	Cantón Manta	

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
39	Ecogranja Experimental Mary Carmen	Finca experimental, con cultivos asociativos. Cría de chancho criollos con técnicas innovadora.		Geovanny Moreira	0983826929	Cantón Chone	
40	Emprendimiento Rio muchacho	Producción Agroecológico Agroturismo Conservas Mermeladas	Emprendimiento familiar		0967314156	Cantón San Vicente, Canoa, comunidad Rio muchacho	Mermeladas Jabones orgánicos Ají Jabón Artesanías de bambú
41	Café de Campo	Producción de café	17 personas	Luis Sánchez	0968087416	Cantón Pajan	Feria calle viva
42	Asociación de Producción Agroecológica y Artesanal Manabí	Asociación que reúne a productores de diferentes cantones de la provincia	10 socios	Moisés Arteaga	0989298723	Portoviejo Manta San Vicente San Isidro	Participan en la Bio Fria

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
43	Asociación de Producción Agroecológica y Artesanal Manabí /Finca Agroecológica Santa Cecilia	Producción de arroz asociado a cría de patos. Maracuyá Pepino Achogcha Melón Frutas y legumbre de temporada	13 socios en la asociación. Finca 2 personas	Nefris Katherine Albarracín Arevalo, Hugo Viteri	0979915445 0983553324 Nefris1990@gmail.com	Cantón Portoviejo, km 4.5 de la vía a los ángeles de la mocora.	Feria Jardín Botánico cada 15 días Bio Ferias Feria Parque Las Vegas
44	Corporación Cacao de Aroma	Procesamiento de cacao. Manjar Pasta de chocolate Chocolates	2 personas	Fulgencio Murillo Margarita Murillo	0980080584 0969484853	Cantón Portoviejo, San Placido	
45	Café Pionero	Comercialización de café tostado y molido Exportación de café verde-oro a Toronto Canadá	30 agricultores vinculados 4 años exportando	Jenny Zambrano	0983949396 Jennyzambrano85@gmail.com	Cantón Flavio Alfaro, comunidad Mata de Plátano	
46	ASOPROARTDUL (Asociación de mujeres productoras de arte, dulce y sal)-FOCAZNOM (Federación de Organizaciones)	Artesanías Rompopo Dulces manabitas Ají Aceite Sachainchi	Agrupación de asociaciones	Glynis Guadamud	052674243-0991847918 www.focaznom.org	Cantón San Vicente, Manabí	Ferias semanales, los lunes en las instalaciones de ASOPROARTDUL

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
	Campesinas Zona Norte de Manabí)						
4 7	Reserva Biológica Cerro Seco	Ecoturismo Conservación, manejo y restauración de la biodiversidad Trabajo voluntario para investigación y desarrollo de proyectos comunitarios. Elaboración de vinos	Emprendimiento individual	Marcelo Daniel Luque Intriago	(05) 269-3004 0979518721 0994135331 cerrosecobahia@gmail.com	Calle Checa 521 y Abdón Calderón Bahía de Caráquez, Manabí, cantón Sucre	40 ha
4 8	Rancho Mila	Ecoturismo Permaculture, Farm, Hiking, Traditional Organic Cheese, Organic Banana, Organic Papaya,	Empresa familiar		098 251 75 73/098 514 63 27 info@ranchomila.com www.ranchomila.com	Vía a San Isidro Km4. Cantón San Vicente, Manabí, Ecuador.	Empresa familiar que nace para promover el desarrollo rural integral en Manabí y afianzar en la mente del consumidor el compromiso con el medio ambiente.

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
49	Fincas Tierra BELLBAUM	Permacultura Agroecología Turismo	Empresa Familiar	Otmar Kerschbaumer	info@tierrabellbaum.com	Cantón Sucre Bahía de Caráquez Cantón Junín, comunidad Piquigua - Caña	
50	Guambu	Finca de bambú orgánico Viveros de bambu 60 especies nativas, 150 exóticas	Empresa Familiar	Juan Carlos Salazar	0994482278	Cantón Jama, Don Juan, comunidad Purichime	Vivero - Cantón Pedernales
51	Asociación Artesanal "6 de enero"	Elaboración de maní molido y salprietá.	Asociación 13 mujeres, 7 hombres	Patricia Paredes Adm. Bella Esperanza Alcívar Bravo Pres.	0989830789 0991286771 asociaciónartesanal6enero@hotmail.com	Cantón Junín, Sector la Pita Chica, vía a Andariles	
52	Asociación de Mujeres Emprendedoras el Progreso	Elaboración de manjares, vinos y dulces manabitas	12 socias	Cruz Dueñas Mayra Ozaiza	0999690339 emprendedoraskm101@gmail.com	Cantón Portoviejo, Parroquia San Plácido, El Progreso km 101.	

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
53	BIOFÉRIAS	Ferias de frutas, verduras, hortalizas, conservas, artesanías	15 participantes promedio	Mario Galindo	0960949151 0998321367	Cantón Portoviejo Cantón Manta	
54	FOCAZNOM/ Granja Akuarela Mahanaim	Agricultura ecológica	Empresa familiar	Marilu	0999300535 12345kioskoorganico@gmail.com	Vía San Vicente Jama, Km 29	
55	Natura Orgánica Emprendimiento individual	Tienda de productos orgánicos, agroecológicos para todo público, sean o no vegetarianos, veganos, con entrega a domicilio en la ciudad de Portoviejo y entregas vía courier a cualquier ciudad en Ecuador.	3 de diciembre de 2016	Rolando Vélez	@nnaturaorganica naturaorganicoecuador@gmail.com 98 412 9083 www.naturaorganica.ec	El Campito, Av Reales Tamarindos (Entrando por CC Nuova Piazza) Portoviejo	Productos APÍCOLA ARTEAGA Miel de Abejas 500 ml Polen 300g AYAMCOCO Aceite de coco extravirgen FOCAZNOM (Organizaciones Campesinas norte Manabí) Mermeladas, Salsas, Pickles, Ajíes, Concentrados, Jaleas Cacao barras Vinos de frutas

Anexo 3. Listado de identificación de circuitos cortos de comercialización y alimentación en Manabí a partir del mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos.

Mapeo de iniciativas de producción, comercialización, cocina, consumo o reciclaje alternativo de alimentos							
N .	Nombre de la organización	Actividad	Miembros, fecha de creación	Nombre de Representante	Contacto	Dirección	Observaciones
							Pestos Panes artesanales Canastas orgánicas (Frutas y verduras) MANAMORING A Moringa te bolsitas Moringa aceite 30ml

