



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

DIRECCIÓN DE POSTGRADO

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE
LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

TEMA:

**“SISTEMAS PARTICIPATIVOS DE GARANTÍA COMO BASE DE UNA
RED DE COMERCIALIZACIÓN SOLIDARIA, APLICADOS A
ORGANIZACIONES DE LA AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA
DEL CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA”.**

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Magister en
Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

Autor: Cristhian Roberto Torres Carrera

Tutora: Mgtr. Ximena Magdalena Viteri

QUITO – ECUADOR

2019

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Cristhian Roberto Torres Carrera, declaro ser autor del trabajo de investigación con el nombre “Sistemas Participativos de Garantía como base de una red de comercialización solidaria, aplicados a organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina del cantón Mejía, provincia de Pichincha”, como requisito para optar al grado de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerdan los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 13 días del mes de Diciembre del 2019, firmo conforme:

Autor: Cristhian Roberto Torres Carrera

Firma:

Número de Cédula: 1712820495

Dirección: Pichincha, Quito, Barrionuevo, Pasaje Oe5q S11-21 y Rosa Yeira.

Correo electrónico: torrescristhian1@hotmail.com

Teléfono: 0987063729 – 02 2667621

APROBACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de Tutora del trabajo de Titulación “SISTEMAS PARTICIPATIVOS DE GARANTÍA COMO BASE DE UNA RED DE COMERCIALIZACIÓN SOLIDARIA, APLICADOS A ORGANIZACIONES DE LA AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA DEL CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA” presentado por Cristhian Roberto Torres Carrera para optar por el Título de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

CERTIFICO:

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 13 de Diciembre del 2019

Mgtr. Ximena Magdalena Viteri
C.C. 1707109763

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del título de Magíster en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 13 de Diciembre del 2019

Cristhian Roberto Torres Carrera
CC: 171282049-5

APROBACIÓN TRIBUNAL

El Trabajo de Investigación Científica ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: SISTEMAS PARTICIPATIVOS DE GARANTÍA COMO BASE DE UNA RED DE COMERCIALIZACIÓN SOLIDARIA, APLICADOS A ORGANIZACIONES DE LA AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA DEL CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA, previo la obtención del Título de Magíster en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 13 de Diciembre del 2019

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

VOCAL

VOCAL

DEDICATORIA

Dedicado desde lo más profundo de mi alma a Dios todo poderoso, por darme una segunda oportunidad para vivir, debido a que sufrí de un infarto en el trayecto de los estudios, sin embargo, el señor con su infinita misericordia y amor me dio la oportunidad de retomar y terminar. Con todo mi amor al Señor por ser mi roca y fortaleza siempre.

Cristhian Roberto Torres Carrera.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por su comprensión y apoyo a lo largo de la maestría.

Al proyecto INIAP-KOPIA dirigido por el Ing. Diego Peñaherrera

A los miembros de las organizaciones que intervinieron en este trabajo.

De manera especial para mi tutora Ximena Magdalena Viteri por el apoyo brindado durante el desarrollo del trabajo de investigación.

Cristhian Roberto Torres Carrera

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL.....	ii
APROBACIÓN DE LA TUTORA.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
GLOSARIO DE ABREVIATURAS Y SIGLAS	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xx
KEYWORD.....	xxi
INTRODUCCIÓN	1
Importancia y actualidad.....	1
Justificación.....	5
Junta General.....	9
Junta Directiva	9
Junta de Vigilancia.....	10
Presidente.....	10

Secretario.....	10
Administrador	10
Planteamiento del problema.....	11
Árbol de problemas	12
Pregunta principal:	14
Preguntas secundarias:	14
Objetivos	14
Objetivo General	14
Objetivos Específicos.....	15
CAPITULO I.....	16
MARCO TEÓRICO.....	16
Sistemas participativos de garantía (SPG)	16
Conformación y funcionamiento de un SPG	17
Principios de SPG	18
SPG y la Soberanía Alimentaria	20
Redes de comercialización con organizaciones de la AFC que aplican SPG	21
Agroecología.....	23
Los Principios de la Agroecología	24
Dimensión Ambiental	24
Dimensión Social y Cultural	25
Dimensión Económica	25
Dimensión Política.....	26
Economía Popular y Solidaria (EPS)	26
Agricultura familiar Campesina (AFC)	28

Circuitos de Cortos de Comercialización (CCC)	30
La Asociatividad Agroempresarial	33
CAPITULO II	35
DISEÑO METODOLÓGICO	35
Bibliográfico o documental.....	35
Encuesta para organizaciones de la AFC	36
Encuesta de sondeo rápido de mercado a restaurantes de la ciudad de Quito y estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School	36
La entrevista estructurada	37
Diagnóstico situacional de los miembros de las organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina	39
Oferta de productos agropecuarios.....	54
Demanda de productos agropecuarios	55
Encuestas a restaurantes de la ciudad de quito.....	55
Encuestas a estudiantes chefs del Instituto Culinary Arts School.....	61
CAPITULO III	70
PRODUCTO/RESULTADO	70
Esquema para conformar una red de comercialización solidaria.....	70
1. Organización y Gobierno de la red	71
2. Gestor de la producción y comercialización	72
3. Empacado y acopio de productos agropecuarios	73
Esquema para conformar un Sistema Participativo de Garantía	74
1. Cumplimiento de los componentes, principios y normas de los subsistemas agroecológicos.....	74
2. Creación de una Comisión Técnica.....	75

3. Designación de Veedores.....	76
4. Constitución del Comité de Ética.....	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
Conclusiones	78
Recomendaciones.....	79
BIBLIOGRAFÍA.....	80
ANEXOS.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Organizaciones que conformarán la red de comercialización solidaria....	8
Tabla 2. Ingreso mensual de los miembros de las Organizaciones de AFC	45
Tabla 3. Ingreso Semestral por la venta leche.....	46
Tabla 4. Perspectivas de los socios por los bajos precios de la leche	48
Tabla 5. Ingreso Semestral por la venta de productos agrícolas	50
Tabla 6. Perspectivas de la causa de los bajos precios de los productos agrícola.	51
Tabla 7. Oferta semanal de productos agropecuarios de las organizaciones	54
Tabla 8. Demanda potencial semanal de productos agroecológicos a través del circuito de proximidad “venta a restaurantes”	60
Tabla 9. Frecuencia de compra semanal de canastas agroecológicas	64
Tabla 10. Demanda potencial semanal de productos agropecuarios de los estudiantes del Instituto Culinary Arts School a través de la “venta por canastas”	65
Tabla 11. Porcentaje de cobertura de productos agropecuarios a través de la red de organizaciones de AFC	67
Tabla 12. Productos agropecuarios de las organizaciones de AFC	73
Tabla 13. Descripción de la normativa agroecológica para un SPG.....	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Estructura organizacional de las Asociaciones	9
Gráfico 2. Árbol de Problemas.....	13
Gráfico 3. Género de los participantes	40
Gráfico 4. Edad de los socios de las Organizaciones de AFC	40
Gráfico 5. Nivel de educación de los miembros de las Organizaciones de la AFC.	41
Gráfico 6. Personas que dependen de los miembros de las Organizaciones.....	42
Gráfico 7. Tenencia de tierra de los miembros de las Organizaciones	42
Gráfico 8. Principal actividad agroproductiva de los miembros de las Organizaciones.....	43
Gráfico 9. Actividades complementarias de los miembros de las Organizaciones de la AFC.	44
Gráfico 10. Principales fuentes de ingreso de los miembros de las Organizaciones	44
Gráfico 11. Rubros pecuarios importantes para la economía de las Organizaciones	46
Gráfico 12. Percepción de los miembros sobre la calidad de los productos cultivados	47
Gráfico 13. Percepción de los miembros sobre la calidad de los productos cultivados	48
Gráfico 14. Percepción de los miembros sobre la calidad de los productos cultivados	49

Gráfico 15. Percepción de la calidad de los productos cultivados	50
Gráfico 16. Percepción del ingreso por la venta de productos agrícolas	52
Gráfico 17. Uso de las ganancias por los productos agrícolas vendidos	52
Gráfico 18. Circuitos de proximidad que podrían incursionas	53
Gráfico 19. Disponibilidad de computadora e internet en casa	54
Gráfico 20. Lugares en donde obtienen los productos agropecuarios para su restaurante	56
Gráfico 21. Lugares donde obtienen los productos agropecuarios para su restaurante	56
Gráfico 22. Disponibilidad por visitar los lotes de las Organizaciones.	57
Gráfico 23. Disponibilidad para comprar los productos agroecológicos.....	58
Gráfico 24. Frecuencia de compra de los productos agroecológicos de las Organizaciones.....	58
Gráfico 25. Miembros de la familia que dependen del encuestado.	61
Gráfico 26. Lugares donde compra sus productos agropecuarios.....	62
Gráfico 27. Diferencias en conocimientos entre productos agroecológicos y convencionales.....	62
Gráfico 28. Venta de productos agroecológicos a través de canastas.....	63
Gráfico 29. Frecuencia de compra de canastas	64

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta de diagnóstico situacional de los miembros de las Organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina	89
Anexo 2. Encuesta a restaurantes de la ciudad de Quito.....	94
Anexo 3. Encuesta a estudiantes del Instituto Culinary Arts School.....	96
Anexo 4. Entrevista a expertos en Sistema Participativos de Garantía.....	98
Anexo 5. Ficha de verificación en finca de producción Agroecológica	106
Anexo 6. Descripción de la normativa agroecológica para un SPG	109
Anexo 7. Costos de producción a través de la venta a intermediarios y circuitos de proximidad “venta por canastas y restaurantes	111
Anexo 8. Fotografías de la investigación.....	117

GLOSARIO DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

SPG - Sistemas Participativos de Garantía

AFC- Agricultura familiar campesina

CCC- Circuitos Cortos de Comercialización o Circuitos

ESS - Economía Social y Solidaria

SEPS- Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria

MAG- Ministerio de Agricultura y Ganadería

KOPIA- Cooperación Internacional para la Agricultura del Gobierno Coreano

INIAP- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias

FAO- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

CEPAL- Comisión Económica para América Latina y el Caribe

GAD- Gobierno Autónomo Descentralizado

IICA- El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

FBS - Escuela de Negocios para Agricultores

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSTGRADO

MAESTRIA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

MAESTRIA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

TEMA: “SISTEMAS PARTICIPATIVOS DE GARANTÍA COMO BASE DE UNA RED DE COMERCIALIZACIÓN SOLIDARIA, APLICADOS A ORGANIZACIONES DE LA AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA EN EL CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA”.

AUTOR: Cristhian Roberto Torres Carrera

TUTORA: Mgtr. Ximena Magdalena Viteri

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación surge de la necesidad de garantizar la calidad y la credibilidad en los productos agroecológicos cultivados por los miembros de las organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina del cantón Mejía, a través de una propuesta de Sistemas Participativos de Garantía como base para la conformación de una Red de Comercialización solidaria. La investigación se desarrolló en base a la valiosa información proporcionada por expertos del Proyecto INIAP-KOPIA, por los resultados de las encuestas efectuadas a: miembros de las organizaciones que conformarían la red, a los administradores o propietarios de restaurantes priorizados en la ciudad de Quito y a los estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School, utilizando para ello las siguientes metodologías: “escuela de negocios para agricultores”, “muestreo de poblaciones finitas” y “bola de nieve”. Como producto de la investigación se llegó a determinar que los Sistemas Participativos de Garantía sirven de base para conformar una Red que facilita el proceso de producción agroecológica y la comercialización por medio de los circuitos de proximidad: “venta a restaurantes y canastas agroecológicas”, garantizando a los clientes la calidad y procedencia de los productos cultivados por los miembros de las organizaciones. Adicionalmente, y con el fin de facilitar la implementación de los Sistemas Participativos de Garantía en las organizaciones que conformarían la Red, se elaboró un esquema detallado de los pasos a seguir, para que cada socio obtenga una certificación de los productos agroecológicos cultivados.

PALABRAS CLAVE: Sistemas Participativos de Garantías, Circuito de Proximidad, Agroecología, Agricultura Familiar Campesina, Proyecto INIAP-KOPIA, Asociaciones, Economía Social y Solidaria, Red de Comercialización.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
DIRECCIÓN DE POSTGRADO

MAESTRIA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

THEME: “PARTICIPATORY GUARANTEE SYSTEMS AS THE BASIS OF A NETWORK OF SOLIDARITY COMMERCIALIZATION, APPLIED TO ORGANIZATIONS OF THE CAMPESINA FAMILY AGRICULTURE IN THE CANTÓN MEJÍA, PICHINCHA PROVINCE”.

AUTHOR: Cristhian Roberto Torres Carrera

TUTOR: Mgtr. Ximena Magdalena Viteri

ABSTRACT

The present investigation arises from the need to guarantee the quality and credibility in the agroecological products cultivated by the members of the Farming Family Farming organizations of the Mejía canton, through a proposal of Participatory Guarantee Systems as the basis for the creation of a solidarity Marketing Network. The research was carried out based on the valuable information provided by experts of the INIAP-KOPIA Project, for the results of the surveys conducted to: members of the organizations that would make up the network, to the managers or owners of prioritized restaurants in the city of Quito and to the Chef students of the Culinary Arts School Institute, using the following methodologies: “business school for farmers”, “sampling of finite populations” and “snowball”. As a result of the investigation, it was determined that the Participatory Guarantee Systems serve as the basis for forming a Network that facilitates the agroecological production process and the commercialization through the proximity circuits: “sale to restaurants and agroecological baskets”, guaranteeing to customers the quality and origin of products grown by members of organizations. Additionally, and in order to facilitate the implementation of the Participatory Guarantee Systems in the organizations that would make up the Network, a detailed outline of the steps to be followed was prepared so that each partner obtains a certification of the cultivated agroecological products.

KEYWORD: Participatory Guarantee Systems, Proximity Circuit, Agroecology, Farming Family Farming, INIAP-KOPIA Project, Associations, Social and Solidarity Economy, Marketing Network.

INTRODUCCIÓN

Importancia y actualidad

La presente investigación se centrará en los Sistemas Participativos de Garantía, como base de una red de comercialización solidaria, aplicados a organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina (AFC) en el cantón Mejía. Con la finalidad de desarrollar la investigación planteada, se utilizó la línea de estudio: mercado y comportamiento del consumidor y como sublínea: comercio justo y conflicto distributivo.

Los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) se basan en la producción agroecológica, a través del escenario medio ambiental, en consecuencia, facilitan la generación de sistemas autosuficientes, saludables y no contaminantes, que proveen una gama accesible y diversa de alimentos sanos, que aportan energía y otras necesidades domésticas (CIDSE, 2018). Al mismo tiempo no es indispensable una certificación externa costosa, pues a menudo, su comercialización es directa, a través de los circuitos de proximidad entre el productor-consumidor sin intermediación, lo cual beneficia a estos participantes, debido a que se comercializan productos de calidad, saludables y a precios justos, creando una relación de confianza que garantiza la procedencia de los productos cultivados por las organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina (AFC).

Dentro de los 17 objetivos de desarrollo sostenible en el mundo, mencionamos los que se relacionan directamente con la investigación.

Dar fin a la pobreza, no es solamente excluir la falta de ingresos y recursos para garantizar medios de vida sostenibles. Entre las distintas expresiones de la pobreza figuran el hambre, la malnutrición, la falta de una vivienda digna y el acceso limitado a otros servicios básicos como la educación o la salud. Por otra parte, la seguridad alimentaria y el sector agrícola ofrecen soluciones claves para el desarrollo y son vitales para la exclusión del hambre y la pobreza. Es necesario mencionar que la producción y consumo

responsable, además fomentan el uso eficiente de los recursos y la energía, así como la edificación de infraestructuras que no dañan el medio ambiente, el perfeccionamiento en el acceso a los servicios básicos y la creación de empleos ecológicos, remuneraciones dignas y adecuadas condiciones laborales (Naciones Unidas , 2018).

Algunos objetivos de desarrollo sostenible del mundo, dado por las Naciones Unidas, tienen una relación estrecha entre las dimensiones de la agroecología, debido a que buscan el cuidado del medio ambiente, apoyo social, mejorar los medios de vida y la seguridad alimentaria.

La Agricultura Familiar Campesina (AFC) tiene como punto de partida a la Economía Social y Solidaria (ESS), teoría que ha venido en crecimiento y se mantiene en construcción, como resistencia a un modelo capitalista que excluye y se fundamenta en la acumulación económica, para beneficio único de ciertos grupos de poder. En tanto que, las organizaciones que conforman la ESS incluyen a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios, reconociendo y valorando la propiedad individual y la propiedad colectiva. Por lo que, su subestructura comprende: el trabajo asociativo, la democracia, la equidad, la cooperación, la solidaridad, el respeto al medio ambiente, el reconocimiento de los saberes locales y ancestrales (Coraggio, 2016).

En resumen nace como una alternativa a los inconvenientes de dos formas clásicas de economía, la estatal y la centrada en la economía de mercado que han causado dificultades económicas a un gran número de personas, generando sectores económicos olvidados; por tanto, coexisten los tres tipos de economías.

El (PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, 2017-2021) Toda una vida, señala “la importancia de consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario y afianzar la dolarización”. Frente a este modelo económico social y

solidario surge como principio alternativo y virtuoso a la crisis del capitalismo mundial, debido a sus patrones de consumo insostenible en el tiempo.

En los últimos años, las falencias en el capitalismo se han manifestado de varias maneras a nivel mundial. La acumulación desmesurada de capital en muy pocas manos ha profundizado la desigualdad social y económica de la población, lo que ha provocado precariedad laboral y se ha expresado como un atentado contra la sostenibilidad de la naturaleza y sus ciclos vitales. Los más afectados son las personas en situación de vulnerabilidad, para quienes perpetúa, entre generaciones la pobreza.

En Ecuador se reconoce a la Economía Popular y Solidaria (EPS) a partir de la Constitución de la República del año 2008, como lo indica el artículo 283:

El sistema económico es social y solidario; “reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones”, además el sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La EPS se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios (Asamblea Constituyente, 2008).

Igualmente en el año 2011 entra en vigencia la Ley de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) en su artículo 1, se menciona que la EPS es una forma de organización económica en la que sus miembros, ya sea individual y colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios mediante relaciones basadas en la solidaridad, cooperación y reciprocidad, situando al ser humano como sujeto y fin de su actividad.

La LOEPS tiene como objeto: Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en

su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado. De igual forma busca potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay (SEPS , 2016).

Muchas organizaciones campesinas en nuestro país para mejorar su calidad de vida, han asumido el modelo de Agricultura Familiar Campesina (AFC), formando parte y alineándose al sector popular y solidario de nuestra economía.

A partir de la Constitución del año 2008 en el artículo 281 señala “la soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente” (Asamblea Constituyente, 2008). Los SPG tienen como objetivo el garantizar productos sanos y de calidad, tanto para el productor y consumidor.

La Soberanía Alimentaria es un marco de políticas, dirigido a combatir las causas más enraizadas del hambre y la pobreza, tratando de reenfocar el control de la producción y el consumo de alimentos, con base en procesos democráticos enraizados en los sistemas locales de alimentación. Abarca no solo el control de la producción y los mercados, sino el acceso y el control de la población sobre la tierra, el agua y los recursos genéticos (CIDSE, 2018) .

De manera complementaria a lo expuesto en párrafos anteriores, es importante recalcar que la presente investigación pretende mejorar las condiciones de vida de las organizaciones de la AFC, mediante la conformación de una red solidaria, que promueva el fortalecimiento de las cadenas de comercialización locales, como circuitos de proximidad, venta a restaurantes y canastas agroecológicas. Además busca obtener la garantía y credibilidad de los productos agroecológicos que cultivan los socios, a través de los SPG, con el fin de proporcionar productos saludables y de calidad a los clientes demandantes.

Justificación

Macro

Organics International apoya el desarrollo de los SPG como una “herramienta alternativa y complementaria a la certificación de terceros dentro del sector orgánico y aboga por el reconocimiento en los gobiernos locales” (INFOAM, 2018). Si bien los detalles de la metodología y proceso varían entre un SPG y otro, los elementos y las características claves subsisten sólidas en todo el mundo. Es así que miles de productores y consumidores orgánicos ahora se certifican a través de esta iniciativa.

En el continente Africano, la ONG francesa ESSOR, viene trabajando en un proyecto de SPG. Como resultados más de 100 agricultores están involucrados y 28 de ellos ya han recibido la certificación. Un aspecto muy interesante es que uno de los canales del mercado denominado COMORGANICO, una compañía social que compra directamente a los productores a precios justos, y comercializa a través de las ventas en línea (INFOAM, 2017).

Otra iniciativa importante, se encuentra en la India donde los mercados son abiertos para productos orgánicos. Este enfoque está dado por el apoyo de los gobiernos locales, lo cual ha permitido que el SPG se desarrolle de una manera impresionante. Miles de agricultores se convirtieron en miembros de grupos con SPG. Actualmente es el país líder en términos de productores involucrados, los cuales representan el 60% del total de productores certificado a nivel mundial (INFOAM, 2017).

Otro ejemplo tenemos en Murcia-España, en donde el SPG nació con el fin de crear una nueva relación entre productores y consumidores, desarrollando un modelo de comercialización, más sostenible, sano, fácil, cercano y de calidad, que el desarrollando hoy en día. Además el sistema de agronegocio actual no representa aspectos básicos como: el desarrollo local, la viabilidad de pequeños productores, la biodiversidad, el respeto al medio ambiente, el conocimiento e interrelación entre

los actores implicados, etc. Por esto surge la necesidad de instaurar un modelo de comercialización distinto, basado en la confianza y la participación, donde el acercamiento, conocimiento e intercambio entre productores y consumidores sea más sencillo, cercano y real (SPG MURCIA, 2014).

Meso

Dentro de los países latinoamericanos con trabajos importantes en SPG, se puede mencionar a los siguientes:

En México se han desarrollado mercados orgánicos locales, basados en comités de certificación. Desde que se establecieron los primeros mercados orgánicos locales se han vuelto cada vez más populares en todo el país. Estos mercados no son solo puntos de venta de productos orgánicos, sino más bien buscan apoyar la seguridad alimentaria local, a través de la provisión de alimentos seguros a precios justos, mejorar la ecología local al fomentar la producción orgánica, construir un sentido de comunidad a través de la venta directa y cultural (Kaufmann, S. & Vogl, C, 2017).

La Red Ecovida inició con un perfil modesto, que actualmente alcanza ciento setenta municipalidades en el sur de Brasil, e incluye cerca de doce mil campesinos, además de veinte ONG, diez cooperativas de consumo y cerca de cien mercados ecológicos. Este grupo se estableció como red en 1998. Es importante reconocer la diversidad de actores involucrados, y el control social que se genera a través de las visitas (Letras Verdes, 2017). La Red espera ser reconocida por el consumidor como un sello que lleva un conjunto de valores y compromisos entre los actores productor-cliente, preocupándose del medio ambiente más allá de las exigencias legales, estímulo de las familias productoras e incentivos a la transformación comunitaria de los alimentos y la prioridad a los circuitos cortos de comercialización, son algunos de estos valores que pretendemos que el sello sea capaz de expresar (ECOVIDA, 2014).

La Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá se estableció oficialmente en 2016. Actualmente, hay 10 organizaciones miembros: 3 mercados de agricultores y

5 entrega a domicilio. Hay alrededor de 200 productores individuales, y cerca de 2000 familias en Bogotá que también están involucradas. Algunos de ellos habían desarrollado y estaban implementando sus propios SPG, utilizando los mercados agroecológicos como el principal canal de mercado para los productores involucrados. La idea de formar una red se desarrolló a partir de la necesidad de fortalecer estos mercados, a través de la construcción colectiva de conocimiento y prácticas, así como a través de actividades de sensibilización hacia la sociedad civil y el gobierno. (INFOAM, 2018).

En Ecuador los SPG no nacen como una propuesta campesina, sino vienen de la mano de ONGs para el desarrollo. Las experiencias que sirvieron de base para el caso ecuatoriano fueron las de Costa Rica y Brasil (Letras Verdes, 2017). Así mismo las principales organizaciones en SPG y certificaciones locales existentes en el país, las nombramos a continuación: Biovida, Red Agroecológica del Austro, Red Agroecológica de Loja, Probio y SGL Pacat. Los SPG han crecido sobre todo gracias a la consolidación de ferias locales agroecológicas, generando ingresos que favorecen a pequeños productores. Estas ferias son autogestionarias y actualmente funcionan con un mínimo o ningún subsidio externo. Con base en estas ferias, los pequeños productores diversificados que participan en ellas, han buscado una respuesta propia ante su difícil inclusión en la normativa orgánica, desarrollando normas propias y un sistema de control (MAGAP, 2014).

La Red Agroecológica del Austro, viene trabajando en SPG multi-actores, a través de la certificación biológica a sistemas de producción diversificados y mercados locales. Así, hoy en día, más de 400 familias disponen de la certificación participativa agroecológica en el Austro, mediante un sistema riguroso de verificación y cualificación de las explotaciones agrícolas, certificación que ofrece a los productores el acceso privilegiado a espacios de mercados dedicados a la producción campesina agroecológica (AVSF, 2014).

Según (Calero, 2015) las principales limitantes encontradas en su investigación sobre los SPG en Ecuador está relacionada con la capacidad organizativa y

productividad para cubrir la demanda de alimentos. Además, es urgente la necesidad de nuevos espacios de comercialización, que atiendan la demanda de los consumidores, con voluntad política que vaya en beneficio de la economía agrícola campesina y soberanía alimentaria, que permitan legalidad en los SPG.

Micro

El presente trabajo de investigación busca construir una red de comercialización solidaria de productos agroecológicos a través de los SPG, a partir de tres organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina, ubicadas en el cantón Mejía, provincia de Pichincha, las cuales se presentan a continuación:

Tabla 1. Organizaciones que conformarán la red de comercialización solidaria

Nombre de las Organizaciones	Personalidad jurídica otorgada por:	Número de Socios Inscritos
SAN PEDRO DE PILOPATA	SEPS	18
FUERZA Y TRABAJO	MAG	20
EL PORVENIR DE ROMERILLOS	MAG	20

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Proyecto INIAP-KOPIA

La Asociación de Productores Agropecuarios “San Pedro de Pilopata”, está controlada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), fue creada el 9 de mayo del 2013. Inició sus actividades con 18 socios. Su personería jurídica y estatutos actualizados fueron aprobados por dicha institución mediante Resolución N° SEPS-ROEPS-2014-005627.

La Organización Productiva “Fuerza y Trabajo”, recibió su personalidad jurídica y aprobación de estatutos por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) mediante Resolución N° MAGAP-DPAPCH-2015-0163-OF, el 27 de Mayo del 2015, inició sus actividades con 20 socios.

La Organización Agropecuaria “El Porvenir de Romerillos”, recibió su personalidad jurídica y aprobación de estatutos por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), el 15 de julio del 2017, mediante Resolución N° MAGAP-DPAPCH-2017-3127-M, inició sus actividades con 20 socios.

Las tres Organizaciones tienen estatutos y una Estructura Organizacional similar, representada por el siguiente gráfico:

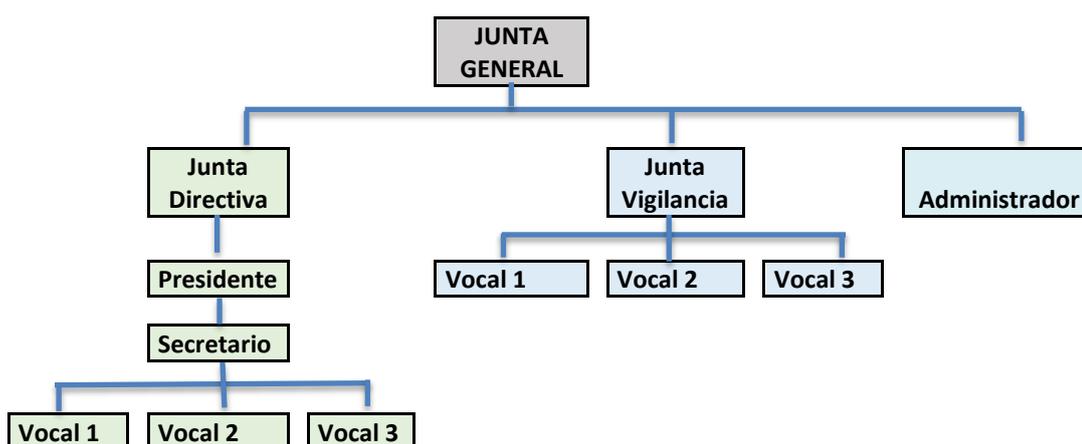


Gráfico 1. Estructura organizacional de las Asociaciones

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Reglamento a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Junta General

La Junta general es la máxima autoridad en cada organización, la cual está integrada por todos los miembros quienes tienen derecho a un voto. Sus decisiones son obligatorias para los Gobiernos Internos y sus Asociados, siempre y cuando estén enmarcadas en la ley. Entre los principales atributos y deberes están el aprobar y reformar el estatuto social y reglamento interno. Asimismo eligen y renuevan a los miembros de las Juntas (directiva, vigilancia y administrador) y fijan las cuotas de admisión.

Junta Directiva

Estará integrada por el presidente, secretario y tres vocales elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de requisitos que constan en el reglamento interno de cada organización. Entre las principales atribuciones y

deberes están: el dictar las normas, funcionamiento y operación de la organización, además aceptar o rechazar las solicitudes de los Asociados.

Junta de Vigilancia

Supervisa las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones de las Juntas General y la Junta Directiva. Está integrada por tres vocales principales y sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos constantes en el reglamento interno. Las atribuciones y deberes principales de esta Junta es supervisar los gastos económicos que realiza la Asociación, además vigila que la contabilidad se encuentre al día, asimismo conoce el informe administrativo de los estados financieros y el balance social presentado por el Administrador.

Presidente

El presidente de la Junta Directiva preside también la organización y la Junta General. Entre las principales atribuciones a su cargo está el convocar y presidir las Juntas Generales y sesiones de Junta Directiva; además, firmar conjuntamente con el secretario la documentación de la Asociación.

Secretario

Es responsable de funciones propias a su cargo como la elaboración de actas de las sesiones realizadas, además de firmar en conjunto con el Presidente la documentación de la Organización, asimismo da fe de la documentación y resoluciones internas de la Asociación.

Administrador

Es elegido por la Junta General y tiene las atribuciones propias a su cargo como representar legalmente a la Asociación, asimismo administrar ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados.

Planteamiento del problema

La presente investigación se alinea con el proyecto (INIAP-KOPIA, 2018), pues se pretende fortalecer las capacidades locales de las organizaciones de la AFC, mediante la conformación de una red de comercialización solidaria, la cual contribuirá a mejorar los ingresos económicos de los productores beneficiarios, además incrementará la productividad, reducirá costos y la aplicación de pesticidas, a través de un manejo agroecológico. Asimismo, buscará implementar herramientas que garanticen la procedencia y calidad de los productos cultivados.

De esta forma, los productores incrementarán la confianza de los consumidores, quienes hoy en día no demandan únicamente un sello ecológico, porque para ellos no sólo el producto es importante, sino también el dónde, cómo y quién lo ha producido. Conocer esta información en el mercado actual no es tarea fácil y se sienten un poco desatendidos. El sistema participativo de garantías pretende facilitarles el conocimiento que demandan, creando así consumidores más conscientes, satisfechos y con más capacidad de participación dentro del proceso de comercialización (SPG MURCIA, 2014).

Un primer acercamiento a las organizaciones que conformarán la red de comercialización solidaria, producto de la presente investigación, permite evidenciar que la mayor dificultad que enfrentan es la poca credibilidad de los consumidores respecto a la calidad de los productos agroecológicos por ellos comercializados y entre las principales consecuencias o efectos se pueden citar los siguientes:

- Bajo nivel de negociación y de ingresos económicos, lo que disminuye la calidad de vida de los miembros de las Organizaciones.
- Se cultiva sin considerar la demanda de productos agroecológicos de los potenciales clientes.
- Bajo nivel de posicionamiento en el mercado de productos agroecológicos.
- Dificultad para incrementar el nivel de ventas y para planificar el cultivo de los productos agroecológicos.

Árbol de problemas

A fin de facilitar la identificación del problema central de la presente investigación, así como de sus causas subyacentes y de los efectos se elaboró un árbol de problemas que se presenta a continuación:

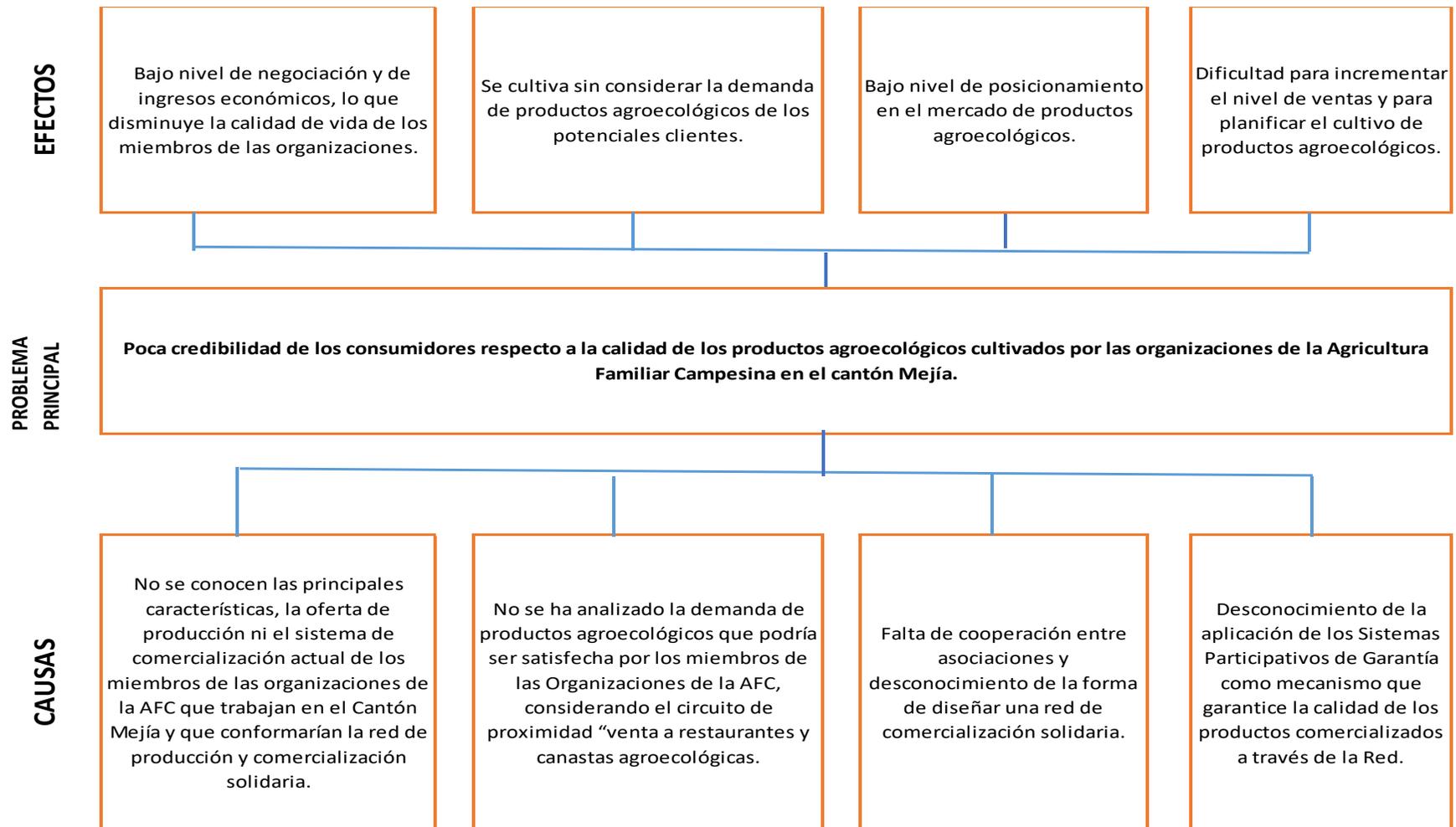


Gráfico 2. Árbol de Problemas
Elaborado por: Cristhian Torres
Fuente: Proyecto INIAP-KOPIA

La problemática del proyecto de investigación se resume en las siguientes preguntas:

Pregunta principal:

¿Cómo se puede garantizar la calidad y credibilidad de los productos agroecológicos cultivados por los miembros de las Organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina del cantón Mejía?

Preguntas secundarias:

1. ¿Cuáles son las principales características, la oferta de producción y el sistema de comercialización actual de los miembros de las Organizaciones de la AFC que trabajan en el Cantón Mejía y que conformarían la red de comercialización solidaria?
2. ¿Cuál es la demanda de productos agroecológicos que podría ser satisfecha por los miembros de las Organizaciones de la AFC, mediante la red de comercialización solidaria, considerando el circuito de proximidad “venta a restaurantes y canastas agroecológicas”?
3. ¿Cómo diseñar una red de comercialización solidaria entre asociaciones ubicadas en el cantón Mejía?
4. ¿Cómo aplicar los Sistemas de Participación de Garantía como mecanismo que garantice la calidad de los productos comercializados por la Red?

Objetivos

Objetivo General

Proponer Sistemas Participativos de Garantía como base de una red de comercialización solidaria, aplicados a Organizaciones de la Agricultura Familiar

Campeña en el cantón Mejía, a fin de avalar la calidad de los productos cultivados e incrementar la credibilidad de los consumidores.

Objetivos Específicos

1. Conocer las principales características, la oferta de producción y el sistema de comercialización actual de los miembros de las tres Organizaciones de la AFC que trabajan en el cantón Mejía y que conformarán la red de producción y comercialización solidaria.
2. Determinar la demanda de productos agroecológicos que podría ser satisfecha por las Organizaciones de la AFC, mediante la red de comercialización solidaria, considerando los circuitos de proximidad “venta a restaurantes y canastas agroecológicas”.
3. Diseñar un esquema para conformar una red de comercialización entre Organizaciones preseleccionadas del cantón Mejía.
4. Elaborar un procedimiento para la aplicación de los Sistemas Participativos de Garantía, a fin de avalar la calidad de los productos cultivados por los socios de la Red e incrementar la confianza en los consumidores.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Sistemas participativos de garantía (SPG)

Los SPG se presentan como alternativa a la certificación orgánica, frente a los altos costos que demanda pagar por cada producto certificado. Además es una herramienta que permite definir acuerdos entre diferentes actores, para poder hacer el seguimiento, evaluación y fortalecimiento de sistemas productivos agroecológicos de familias campesinas.

¿Pero, qué son los SPG?

Son sistemas de garantía de calidad que operan a nivel local, mediante los cuales se verifica la adecuación de prácticas de manejo agronómico, procurando y estimulando el cuidado del medio ambiente y favoreciendo el trabajo digno para producir alimentos de buena calidad. Además un SPG acompaña y garantiza procesos de producción, comercialización y consumo de alimentos agroecológicos basándose en la confianza y el acuerdo entre productores, consumidores responsables y un consejo técnico interinstitucional con organismos públicos, ONGs y organizaciones de consumidores y productores que permiten hacer visibles los avances, asegurando la transparencia de los resultados, donde no existen jerarquías de control y se respetan las normas de producción acordadas (BSAS, 2017).

Los SPG son sistemas que no requieren de una tercera parte para dar una calificación o dar una garantía de los productos al consumidor. Normalmente un

SPG se forma dentro de una Organización la cual se encarga de garantizar a sus propios miembros y clientes su procedencia.

Conformación y funcionamiento de un SPG

Su conformación se realiza de forma participativa, entre representantes de productores, consumidores, ONGs, técnicos de instituciones del Estado y Universidades, sin que sea necesario que sean certificados por empresas de tercera parte, debido a que tienen muchos problemas desde el enfoque social y altos costos para la certificación.

Para conformar un SPG se deben realizar las siguientes actividades:

- Capacitar a los productores de las Organizaciones de la AFC en temas protocolarios sobre producción agroecológica.
- Seleccionar a los mejores productores para que sigan un curso de 6 meses, sobre los SPG y puedan graduarse como veedores.
- Formar un comité técnico para revisar los informes de veeduría.
- Conformar un comité de ética para emitir los resultados y dar las acreditaciones.

Para la capacitación a los productores de las Organizaciones se debe realizar una evaluación inicial de sus conocimientos y posteriormente capacitar en forma participativa en el manejo de subsistemas de la producción agroecología en la parcela y finalmente evaluar sus conocimientos para escoger a los mejores productores, quienes serán los veedores.

Los veedores son promotores que se han especializado en los SPG, bajo jornadas de capacitación, en las que se adiestran sobre todo en temas de observación e inspección de parcelas agroecológicas bajo siete subsistemas: familia, agroforestería, suelo, cultivo, pecuario, riego, comercialización y transformación. En ese sentido, los veedores hacen inspecciones con instrumentos que tienen una valoración, que al final va a indicar en que proceso se encuentra la parcela. En el caso de las parcelas que no sobrepasan los 50 puntos, se considera que están en

etapa inicial y se identificarán con un carné rojo; las parcelas que van desde los 51 a 69 puntos se encuentran en transición y se les dará un carné naranja; y, las parcelas que alcanzan un puntaje superior a 70 puntos obtendrán la certificación agroecológica y se les otorgará un carné verde. Además de realizar los procesos de inspección a parcelas, los veedores realizarán un informe, en el que adjuntarán las fichas de la evaluación y fotografías de las parcelas.

El comité técnico podrá estar conformado por instituciones de apoyo como; ONGs, técnicos de instituciones del Estado, Universidades, clientes, etc., quienes deberán tener experiencia en la producción agroecológica y serán responsables de revisar los informes, fichas técnicas y fotografías enviados por los veedores de todas las parcelas evaluadas, en base a lo cual elaborará un informe final que irá al comité de ética para su respectivo aval.

El comité de ética estará conformado con autoridades de gobiernos municipales, ONGs e instituciones de apoyo. Esta entidad es la última instancia y la que proporciona la acreditación de las parcelas de acuerdo a su nivel: inicial, transición o agroecológico.

Principios de SPG

Es necesario dar a conocer los procedimientos en que se basan los SPG, según (ECOAGRICULTOR, 2018) los principales principios son los siguientes:

- Una visión compartida entre todas las personas que participan en estos sistemas es fundamental, pues en función a ella se crea la estructura Organizacional y se establecen los procedimientos, procurando tanto el manejo sostenible de los recursos naturales como la equidad en el plano social y la participación como estrategia de poder, además puede albergar los objetivos de la producción agroecológica y los objetivos relacionados a normas, justicia social, comercio justo, respeto a los ecosistemas, autonomía de comunidades locales y diferencias culturales.

- La participación de todas las personas involucradas en el proceso, desde la producción hasta el consumo, es horizontal y se vinculan en las actividades y procesos de verificación para garantizar la validez de la certificación agroecológica. Además de ser partícipes en la mecánica de SPG, los autores particularmente los productores son parte de un proceso de aprendizaje estructurado y en marcha que les permite mejorar lo que ya viene realizando.
- La confianza, como base y objetivo para la participación y la transparencia, permite actuar activamente a los actores y genera una información veraz y sincera. Las formas en que esta confianza se refleja dependerá enteramente de factores que son culturalmente específicos al grupo SPG. La confianza se genera cuando el productor individual asume un compromiso con la protección del medio ambiente y la salud de los consumidores a través de la producción agroecológica.
- La transparencia como base para la confianza. Se establece como la información generada. Además la transparencia se logra, teniendo claramente definidos y documentos de respaldo a los cuales puede acceder el público.
- Un proceso local creado para un ámbito territorial y humano determinado, manejable en términos de conocimientos, distancias y redes sociales.
- Un proceso de aprendizaje horizontal derivado del intercambio de saberes y conocimientos, ya sea entre productores y consumidores fortalecen los SPG.

IFOAM - Organics International es la única organización de compilación, sistematización y difusión de datos mundiales sobre SPG. “El desarrollo y la profesionalización del sector orgánico, acompañado por un mayor comercio internacional, ha exigido que la certificación de terceros se convierta en la norma de los mercados orgánicos más desarrollada” (IFOAM, 2018). Miles de agricultores orgánicos y consumidores en todo el mundo están utilizando iniciativas en SPG. “como una herramienta alternativa y complementaria a la certificación de terceros dentro del sector orgánico y aboga por el reconocimiento de SPG por parte de los gobiernos locales” (IFOAM, 2016). Sin embargo esta certificación no está pensada en los pequeños productores con manejo diversificado de sus parcelas “puesto que

es un mecanismo que los excluye a través de su sistema de precios y burocracia. Así mismo son ignorados a través de su modo de operar, mediante una lógica de examen técnico que tienen que aprobar” (SPG MURCIA, 2014).

El IFOAM estima que existen iniciativas de SPG en 66 países, en los cuales hay al menos 241 iniciativas con 116 en desarrollo y 125 en pleno funcionamiento. A nivel mundial figuran al menos 76 229 productores certificados, incluyendo sobre todo a los pequeños agricultores y procesadores. Asia es la región líder con 49 038 productores certificados, lo cual representan el 64% del total. Asimismo dentro de los países sudamericanos con más productores certificados está Brasil con 12 000, lo que representa el 15% del total.

Durante los años 2015 al 2017 se observa un mayor desarrollo de los SPG en países en donde los gobiernos reconocen y legislan el tema “orgánico”. Así, la tasa de crecimiento anual de SPG con productores certificados ubica a la India con un 48%, Brasil con 38,5% y Bolivia con 21% (IFOAM, 2017).

SPG y la Soberanía Alimentaria

La Soberanía Alimentaria está vinculada con los pequeños productores, “en un marco de políticas dirigido a combatir las causas más enraizadas del hambre y la pobreza, tratando de reenfocar el control de la producción y del consumo de alimentos” (CIDSE, 2018), conformando una base sólida de sistemas locales alimentarios.

Los SPG son herramientas especialmente adaptadas a la Soberanía Alimentaria, debido a que permiten visibilizar la realidad productiva de la actividad agropecuaria y genera compromisos para compartir la producción, consumo y riesgos a ella asociada. Detrás de un sello otorgado mediante SPG, la información transmitida va más allá del proceso de producción; también incorpora los aspectos sociales y medioambientales de la producción agropecuaria. En Europa, además, donde el peso del consumo

es superior al de la producción, los SPG están especialmente adaptados a circuitos cortos de comercialización (ECOAGRICULTOR, 2018).

Redes de comercialización con organizaciones de la AFC que aplican SPG

Las redes de comercialización en Ecuador están conformadas por organizaciones que cultivan productos agroecológicos y buscan una relación directa entre los productores y consumidores a través de los circuitos de proximidad. Estas organizaciones de AFC para conformar una red deben tener diversidad de productos y cultivos escalonados, debido a que los circuitos de comercialización exigen frecuencias semanales de entrega. El (MAGAP, 2019), a través de la Coordinación General de Redes Comerciales, gestiona e impulsa estrategias para la comercialización de alimentos provenientes de organizaciones campesinas en circuitos cortos con la finalidad de incentivar relaciones comerciales más equitativas para el pequeño y mediano productor.

En esta investigación mostramos algunas de las experiencias positivas en algunos países los cuales detallamos a continuación:

En el 2004 se creó la Red Mexicana de Mercados Orgánicos, estableciendo cuatro mercados pioneros. Desde entonces se han vuelto cada vez más populares en todo el país. La red ha desempeñado un papel de liderazgo en el fomento del desarrollo de nuevos mercados y la promoción de SPG. El número de mercados miembros ha aumentado constantemente, reportando actualmente alrededor de 20 mercados en 15 estados mexicanos. Además han llevado a cabo reuniones nacionales de intercambio y capacitación para los comités locales y han proporcionado manuales de SPG (Nelson, Tovar, Gueguen, Humphries, & Rindermann, 2016).

Así mismo en el 2006 “como una alternativa legal a la certificación por terceros. El gobierno mexicano estableció una ley para estos mercados, no solo para regular los puntos de venta de productos orgánicos, sino más bien para apoyar la seguridad alimentaria local” (Kaufmann, S. & Vogl, C, 2017).

Como otra experiencia positiva tenemos el caso de “La Red Ecovida” la cual se estableció en 1998, actualmente alcanza ciento setenta municipalidades en el sur de Brasil e incluye cerca de doce mil campesinos, además de veinte ONG, diez cooperativas de consumo y cerca de cien mercados ecológicos” (Letras Verdes, 2017). Al mismo tiempo la certificación participativa evolucionó en Brasil a partir de organizaciones campesinas y agroecológicas ya existentes, evidenciándose algunas fases:

En la primera fase, el grupo solicita ingresar a un núcleo regional; de aceptar la norma de la Red, llenan los formularios requeridos. En la segunda fase se realizan una serie de visitas cruzadas a las fincas de otras familias de la misma asociación y entre diferentes grupos del mismo núcleo. En la tercera fase se implican miembros de ONG, consumidores, funcionarios, etc. que realizan visitas periódicas a los predios. Finalmente, luego de la evaluación de estos requisitos, el Consejo de Ética aprueba la certificación y la Red autoriza su uso (ECOVIDA, 2014).

Otra experiencia positiva es la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá, la cual se estableció oficialmente en el año 2016. Actualmente, hay 10 organizaciones miembros; 3 mercados de agricultores y 5 entrega a domicilio. Hay alrededor de 200 productores individuales y cerca de 2000 familias en Bogotá que también están involucradas.

Algunos de ellos habían desarrollado y estaban implementando sus propios SPG, utilizando los mercados agroecológicos como el principal canal de mercado para los productores involucrados. Además la certificación solo está disponible para los productores que venden en uno de los mercados que se unen a la red. Una revisión de la finca o visita de certificación se realiza una vez al año para cada productor, involucrando al menos a 3 personas: el productor que está siendo certificado, uno de los socios del mercados y una tercera persona, como el consumidor o cliente (Red de Mercados Agroecológicos, 2019).

En el Ecuador los SPG no nacieron como una propuesta campesina, su concepto y aplicación fue socializado por ONGs para el desarrollo. Las principales organizaciones que aplican SPG y certificaciones locales en el país son: “Biovida, Red Agroecológica del Austro, Red Agroecológica de Loja, Probio y SGL Pacat” (MAGAP, 2014). Los SPG en el país han crecido gracias a la consolidación de ferias locales agroecológicas, generando ingresos que favorecen a pequeños productores.

Agroecología

Han definido varios actores a la agroecología como una ciencia de principios. “La filosofía de la ciencia habitualmente ha señalado que los principios ontológicos de una ciencia, son las hipótesis fundamentales a partir de las cuales ella construye todo su edificio teórico” (Gómez, 2017).

La Agroecología es el camino que nos lleva hacia la Soberanía Alimentaria mediante un proceso de adaptación y entendimiento constante con el medio, además transforma nuestro entorno social y de uno mismo, asimismo tiene procesos que no tiene fin y que nos lleva a ser personas cada vez menos dependientes del petróleo y comprometidas con nuestro entorno (Agroecología, 2015). La protección del medio ambiente se caracteriza por un enfoque transdisciplinario, participativo y orientados a la acción de los miembros de las organizaciones.

La agroecología es una ciencia con bases epistemológicas diferentes a las convencionales. Sin embargo, no han hecho revisiones bibliográficas o textos teóricos que establezcan de manera clara las alternativas planteadas. “Dentro de la agroecología lo primordial se hace en alternativas a la disciplinariedad, el monismo epistemológico y el principio de simplicidad, aunque la reflexión y la construcción de bases alternativas a éstas aún son imprecisas y poco difíciles” (Gómez, 2015). Además presentan características como un conjunto de directrices generales que constituyen los pilares fundamentales de la agroecología. Según (Colin, 2015) su práctica e implementación se basa en las siguientes características:

- Promueve principios más que normas o fórmulas de un proceso de transición.
- Resulta de la aplicación conjunta de sus principios y valores intrínsecos, al diseño de sistemas agrícolas y alimentarios alternativos.
- Los principios se aplican en diversos lugares y llevan a prácticas diferentes al ser utilizado en lugares y contextos diferentes.
- Todos los principios deben interpretarse en el marco de una mejor integración con el mundo natural, la justicia y la dignidad.

Los Principios de la Agroecología

Los principios de la agroecología se enfocan en las dimensiones de la investigación científica que implica el estudio holístico de los agro-ecosistemas y sistemas alimentarios, a continuación el detalle:

Dimensión Ambiental

La agroecología aumenta una interacción, sinergia y complementariedad positivas entre los elementos de los ecosistemas agrícolas y los sistemas alimentarios.

Ella crea y conserva la vida en el campo al proporcionar condiciones favorables para el crecimiento de las plantas. Además optimiza y cierra los bucles de recursos al reciclar los nutrientes y biomásas existentes en los sistemas agrícolas y alimentarios. A su vez optimiza y mantiene la biodiversidad por encima y por debajo de la tierra a lo largo del tiempo y del espacio. Así mismo elimina el uso y la dependencia de insumos sintéticos externos, lo que posibilita que los granjeros controlen las plagas, las malas hierbas, y mejoren la fertilidad a través de una gestión ecológica. Por otro lado apoya la adaptación y resiliencia climáticas a la vez que contribuye a mitigar la emisión de gas efecto invernadero mediante el menor uso de combustibles fósiles y una mayor retención del carbono en la tierra (Brym Z. R., 2016).

Dimensión Social y Cultural

La agroecología está arraigada en la cultura, la identidad, la tradición, la innovación y el conocimiento de las comunidades locales.

Esta contribuye a las dietas saludables, diversificadas, estacional y culturalmente apropiadas. Además es intensiva en conocimiento y promueve contactos horizontales para compartir conocimientos, habilidades e innovaciones, junto con alianzas que otorgan igual peso al agricultor y al investigador. A su vez crea oportunidades y promueve la solidaridad y el debate entre personas de diversas culturas y entre poblaciones rurales y urbanas. Hay que mencionar además el respeto a la diversidad en términos de género, raza, orientación sexual y religión. Así también no requiere necesariamente una certificación externa costosa, ya que a menudo se basa en las relaciones productor-consumidor y las transacciones basadas en la confianza, promoviendo alternativas a la certificación tales como SPG. Así mismo apoya a las personas y comunidades para mantener su relación espiritual y material con la tierra y el medio ambiente (FAO, 2018).

Dimensión Económica

La agroecología promueve redes de distribución razonables y pequeñas, en lugar de las cadenas de distribución lineal y construye una red de relaciones transparentes entre productores y consumidores.

Ayuda a proporcionar medios de vida a las familias campesinas y contribuye a crear mercados, economías y empleos locales más sólidos. Así mismo, se construye sobre la visión de una economía social y solidaria. Además, promueve la diversificación de las rentas agrarias, dando a los agricultores una independencia financiera mayor, aumenta la resiliencia al multiplicar los recursos de producción y medios de vida, promoviendo la independencia de aportaciones externas y reduciendo la falta de cultivo a través de su sistema diversificado. Al mismo tiempo saca partido al poder

de los mercados locales al habilitar a los productores de alimentos para vender su producto a precios justos y responder activamente a la demanda del mercado local. Habría que decir también que reduce la dependencia de ayuda y aumenta la autonomía comunitaria al potenciar los medios de vida y la dignidad (CIDSE, 2018).

Dimensión Política

La agroecología jerarquiza las necesidades y los intereses de los pequeños productores de alimentos que suministran la mayoría del alimento mundial y resta importancia a los intereses de los grandes sistemas de industria alimentaria y agricultura.

El control de la semilla, biodiversidad, tierra, agua, conocimiento y bienes comunes está en manos de la gente que forma parte del sistema alimentario. Así mismo, pueden cambiar las relaciones de poder al fomentar una mayor participación de los productores de alimentos y los consumidores en la toma de decisiones sobre los sistemas alimentarios. A su vez, precisa de un conjunto de políticas públicas complementarias de apoyo e inversión pública para alcanzar su pleno potencial. Al mismo tiempo fomenta formas de organización social necesarias para una gobernanza descentralizada y una gestión local flexible de los sistemas alimentario y agrícola. (Foro Internacional de Agroecología, 2015).

Economía Popular y Solidaria (EPS)

En algunos países del mundo la EPS ha crecido y está en construcción continua, como respuesta al modelo capitalista excluyente y de acumulación económica, que tiende a beneficiar únicamente a ciertos grupos de poder. Mientras que las organizaciones que conforman la EPS incluyen a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios, reconociendo la propiedad individual y la propiedad colectiva. “Teniendo como fundamentos: el trabajo asociativo, la democracia, la equidad, la cooperación, la solidaridad, el respeto al medio ambiente, el

reconocimiento de los saberes locales y ancestrales” (Coraggio, 2016). En resumen nace como una alternativa a los inconvenientes de dos formas clásicas de economía, la estatal y la centrada en la economía de mercado que han causado dificultades económicas a un gran número de personas, generando sectores económicos olvidados; por tanto, coexisten los tres tipos de economías.

El proyecto del Gobierno sobre el plan de desarrollo “Toda una Vida” señala como prioridad el consolidar la sostenibilidad del sistema EPS y afianzar la dolarización. En este sentido, el modelo surge como principio alternativo y virtuoso frente a la crisis del capitalismo mundial, debido a sus patrones de consumo insostenibles en el tiempo (PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, 2017-2021).

En los últimos años, las falencias en el capitalismo se han manifestado de varias maneras a nivel mundial. La acumulación desmesurada de capital en muy pocas manos ha profundizado la desigualdad social y económica de la población, lo que ha provocado precariedad laboral y ha atentado contra la sostenibilidad de la naturaleza y sus ciclos vitales. Los más afectados son las personas en situación de vulnerabilidad, para quienes se perpetúa, de manera intergeneracional, la pobreza.

En nuestro país se reconoce a la ESS a partir de la Constitución de la República del Ecuador del año 2008 como lo señala el artículo 283:

El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; da a conocer una relación eficiente y objetiva entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción. Además el sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria. La Economía Popular y Solidaria se regulará de acuerdo con la ley y concentra a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios (Asamblea Constituyente, 2008).

Igualmente en el año 2011 entró en vigencia la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) y en su artículo 1, se menciona que la EPS es una forma de organización económica en el cual los integrantes se organizan y

desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios mediante relaciones basadas en la solidaridad, cooperación y reciprocidad.

La LOEPS indica en el artículo 3, como objeto el “reconocer, fomentar y fortalecer la EPS y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado”. En Ecuador, los SPG comienzan a ser apreciados a partir de la regulación de la agricultura orgánica en el año 2003, en donde se asimilaba la producción agroecológica con la orgánica y ecológica con la biológica (SEPS, 2016). De la misma manera busca potenciar las actividades que desarrollan las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades de desarrollo.

En Ecuador en el año 2006, gracias al trabajo de las organizaciones agroecológicas, se logró diferenciar a los productos agroecológicos de los productos orgánicos. Las diferencias entre este tipo de producción están dadas por las dimensiones de la agroecología, debido a que engloba la parte social, ambiental, política y económica a diferencia de la producción orgánica que solo se basa en el cuidado del medio ambiente.

En nuestro país, mediante decreto ejecutivo 1449, suscrito en el año 2011, se estableció que los SPG, afines a la producción agroecológica, requieren un marco regulatorio independiente (Letras Verdes, 2017). Es por esta razón la búsqueda de alianzas estratégicas con los gobiernos locales para abrir espacios de comercialización directa a través de los circuitos de proximidad.

Agricultura familiar Campesina (AFC)

La AFC, “ilustrada como una categoría social integrada por individuos que viven en el medio rural y trabajan la tierra con fines productivos, y predominantemente con sus familiares, ha venido creciendo en diferentes países como un sujeto social relevante” (IICA, 2016). En las últimas décadas en América Latina y el Caribe han tenido un avance importante en la disminución del hambre y la pobreza rural. Sin

embargo, se estima que casi la mitad de la población rural es pobre y un tercio vive en pobreza extrema.

La mayor parte de los habitantes rurales se dedican a la agricultura como principal medio de subsistencia y en general trabajan a pequeña escala, basándose en la mano de obra familiar, tanto de hombres como de mujeres. Este sector agrícola es muy importante para la seguridad alimentaria regional, sin embargo enfrenta limitaciones importantes en términos de su acceso a recursos productivos, servicios sociales, infraestructura básica, financiamiento y extensión (FAO, 2018).

La iniciativa regional de AFC y sistemas alimentarios inclusivos para el desarrollo rural sostenible, “busca mejorar el acceso del sector a recursos productivos, servicios rurales financieros y no financieros” (FAO, 2018). La iniciativa trabaja fortaleciendo las organizaciones de productores y promoviendo la participación de las comunidades rurales.

Brasil fue el primer país latinoamericano en promulgar una ley en que se definió a la AFC como aquella que practica actividades en el medio rural y cumple todos los siguientes requisitos: “i) que no tenga, una superficie mayor a 4 ha; ii) que utilice mano de obra de la propia; iii) que tenga ingreso familiar originado de actividades económicas vinculadas al propio emprendimiento; y iv) que dirija su emprendimiento” (IICA, 2016).

A nivel nacional hay varios factores importantes para un desarrollo exitoso de la AFC, como las condiciones agroecológicas, características territoriales, entorno normativo, acceso a los mercados, acceso a la tierra, recursos naturales, acceso a la tecnología, servicios de extensión, acceso al financiamiento, condiciones demográficas, económicas y socioculturales. La FAO declaró al 2014 como el año de la AFC, a fin de que ésta sea mejor visualizada y centrar la atención mundial sobre su papel en la lucha por la erradicación del hambre, la pobreza, la seguridad alimentaria y la nutrición, para mejorar los medios de vida de sus integrantes y lograr el desarrollo sostenible (FAO, 2014).

Con el propósito de promover el desarrollo sostenible de la AFC, aumento de su contribución a la seguridad alimentaria y nutricional, en su Plan de Mediano Plazo (PMP) para el periodo 2014-2018 el IICA considera la productividad y la sustentabilidad de la AFC, uno de los grandes temas estratégicos articuladores de su cooperación técnica. Para ello, se asume que los atributos comunes que identifican la AFC, aunque en rangos flexibles según los distintos países que la abordan, son los siguientes:

- La familia es directamente responsable de la producción y la gestión de las actividades agropecuarias en una unidad productiva.
- Los agricultores familiares residen en un predio rural o cerca de él, cualquiera sea su régimen de tenencia.
- La mano de obra familiar está directa y altamente ocupada en las dinámicas productivas de la unidad familiar y en su gestión, incluso en muchos casos de manera exclusiva, dada la cantidad de los recursos productivos y económicos de dicha unidad, tendiente a ser limitada, la mano de obra familiar cubre todas las necesidades laborales de la producción.
- La mano de obra familiar es complementada con el uso del empleo ocasional, principalmente en periodos de intenso cultivo y cosecha.
- El ingreso familiar se compone por la suma de los ingresos originados en la actividad agropecuaria, agroindustrias familiares y de otras actividades no agrícolas (IICA, 2016).

La CEPAL, la FAO y el IICA señalan que para tener mayor conexión con el mercado, la AFC debe adaptar sus métodos de producción a las nuevas exigencias, incremento la cobertura de las telecomunicaciones en las zonas rurales, que permitiría acceder a más y mejor información, así las capacidades de producción, gestión y negociación mejoraran (CEPAL, 2018).

Circuitos de Cortos de Comercialización (CCC)

Los circuitos cortos de comercialización o circuitos de proximidad son una forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o de temporada

sin intermediarios o reduciendo al mínimo la intermediación entre productores y consumidores.

Los circuitos de proximidad acercan a los agricultores al consumidor, fomentan el trato humano, y sus productos, al no ser transportados a largas distancias ni envasados, generan un impacto medioambiental más bajo. El auge de los circuitos de proximidad como forma de comercio se debe fundamentalmente a una creciente demanda por parte de los consumidores, quienes buscan productos locales, auténticos, saludables y de temporada. Los productores en tanto, apuntan a capturar un mayor valor de su producción, ahorrar en otros segmentos de la cadena (transporte, embalaje, etc.) y crear valor a partir de activos inmateriales (marcas, anclaje territorial, autenticidad, lazo social) (CEPAL, 2014).

El concepto de CCC nació en el año 1965 en Japón cuando un grupo de personas, preocupadas por el uso intensivo de productos químicos en la agricultura y en la industrialización, decidieron agruparse y cultivar alimentos agroecológicos a cambio de la compra anticipada de su producción. Posteriormente, a finales de la década del 60 se conformaron en Suiza fincas comunitarias llamadas *food guilds*, después en Canadá y en los Estados Unidos los *Community Supported Agriculture*, en Italia fueron los *Gruppi di Acquisto Solidale*, en Alemania se denominan *Landwirtschaftsgemeinschaftshof* (CEPAL, 2015).

Todos estos son circuitos cortos o alternativos de comercialización que facilitan que el productor y consumidor tengan una estrecha relación y que tengan mayores ganancias económicas.

El tema de los circuitos cortos de comercialización está vinculado al impulso a la agricultura familiar y la inclusión de los productores y emprendedores de pequeña escala en el mercado, lo cual está adquiriendo importancia en las agendas de desarrollo públicas y privadas en América Latina y Caribe, así como en otras regiones del mundo. Es significativo que organismos internacionales como FAO, CEPAL, OMS, Fundación Ford, entre otros, se

ocupen hoy en día de manera creciente de los Circuitos Cortos de Comercialización como un reflejo de los cambios globales en los patrones de producción, consumo y salud. Están creciendo a nivel mundial movimientos de comida local y regional que impulsan una relación directa entre consumidores y productores, incentivando la implementación de políticas públicas al respecto (FAO, 2018).

Es necesario recalcar que el modelo de los circuitos cortos no se opone a los otros esquemas convencionales de comercialización, “por lo contrario es un canal complementario que facilita la venta de productos en forma directa y de calidad, tendencia emergente que se ha concretado principalmente en la creación de bioferias y mercados ecológicos y orgánicos” (CEPAL-FAO-IICA, 2014).

En los trabajos realizados por varias organizaciones no gubernamentales y gubernamentales y como resultado del análisis de las experiencias positivas alcanzadas tanto en América Latina y el Caribe como en Europa, se han identificado 10 tipos de circuitos cortos: 1) venta directa en la explotación (canasta, cosecha); 2) venta directa en ferias locales; 3) venta en tiendas (puntos de venta colectivos, restaurantes, comerciantes detallistas); 4) venta directa en supermercados; 5) reparto a domicilio; 6) venta anticipada; 7) venta por correspondencia (Internet); 8) consumo directo en la explotación (agroturismo); 9) venta al sector público; y 10) exportación bajo las normas del comercio justo (CEPAL, 2014).

Para el (IICA, 2016), “todas estas modalidades de operación tienen sus ventajas y desventajas y se adaptan a contextos específicos. El desafío de los productores y consumidores es implementar iniciativas y proyectos viables y exitosos, que se sustenten productiva y comercialmente”.

A partir del 2008 en Ecuador se observa un verdadero boom de las ferias campesinas. Así, en ese año CONQUITO y su proyecto AGRUPAR organizó ferias agroecológicas con la participación de productores periurbanos y urbanos.

El MAGAP impulsó las llamadas ferias ciudadanas como mecanismos para mejorar los precios de venta de los pequeños productores y luchar contra la inflación de los precios de los alimentos. Existen 87 ferias, que se reúnen semanalmente a 3 773 familias productoras. Sin embargo, se estima en 6365 las familias campesinas que acceden a las ferias a lo largo del año. En efecto, entre las familias socias de las organizaciones existen mecanismos de rotación en los puestos de venta, según la capacidad de producción y venta asociativa de los miembros de la organización. Las ferias agrupan a unos 561 grupos o asociaciones de productores, unos formales y otros informales (Jaramillo, 2015).

Sin embargo se encuentran algunas limitantes que están relacionadas con la capacidad organizativa y productividad. Además, “es urgente la necesidad de crear nuevos espacios de comercialización, que atiendan la demanda de los consumidores, los cuales tengan voluntad política que vaya en beneficio de la economía agrícola campesina y soberanía alimentaria (Calero, 2015). Así mismo han crecido sobre todo gracias a la consolidación de ferias agroecológicas, generando ingresos que favorecen a pequeños y medianos productores.

Estas ferias son autogestionarias y actualmente funcionan con un mínimo o ningún subsidio externo. Con base en estas ferias, los pequeños productores diversificados que participan en ellas, han buscado una respuesta propia ante su difícil inclusión en la normativa orgánica, desarrollando normas propias y un sistema de control (MAGAP, 2014).

La Asociatividad Agroempresarial

Indudablemente, los agricultores para competir eficientemente e ingresar a los mercados deben asociarse y adoptar un modelo de negocio o empresa que les permita generar economías de escala, aumentar la productividad de la tierra, contribuir a una mayor disponibilidad de alimentos y materias primas agrícolas de buena calidad y propiciar un funcionamiento más competitivo de los mercados, que garantice una competitividad con equidad en las cadenas agroproductivas,

contribuya al desarrollo económico y social de la comunidades rurales y que permita afrontar, en mejores condiciones, las incertidumbres propias del sector. (IICA, 2013).

De igual manera las Escuela de Negocios para Agricultores (FBS) desarrollada por el Centro Internacional de la Papa (CIP) en el 2008, orienta el aprendizaje de acción participativa de organizaciones, que se beneficiarán de cadenas del mercado agrícola, guiadas por una metodología, a través de una serie de actividades de aprendizaje.

FBS aspira a crear un entorno de negocios agrícolas más rentable, equitativo y en favor de los pobres, a través de innovaciones orientadas al mercado y climáticamente inteligentes que mejoran la confianza, la coordinación y la colaboración entre mujeres y hombres agricultores y con otros actores de la cadena, lo que lleva a un mayor empoderamiento y más medios de vida sostenibles de los hogares agrícolas (CIP, 2017).

En Ecuador (TRIAS, 2017) se plantea un modelo de Gestión socio empresarial que analiza dos grandes dimensiones:

Por un lado la gestión socio organizativa y por el otro lado la gestión empresarial. Dos condiciones esenciales para empujar procesos productivos. La ejecución de estos pilares requiere del establecimiento de un proceso de organización y planificación, entendido como una forma de anticipación al futuro, en un ejercicio de pensamientos que nos permite visualizar a dónde queremos llegar. Así mismo, busca un modo participativo para llegar a acuerdos y consensos, en donde se involucre a los socios en los procesos empresariales donde todos sean partícipes de la construcción de su auto desarrollo y apliquen los principios de equidad, igualdad, inclusión, sostenibilidad, interculturalidad, tendientes a mejorar las relaciones sociales, ambientales, culturales y políticas en un marco de desarrollo económico más colectivo y sustentable.

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

Para responder a las preguntas y cumplir con los objetivos de la investigación planteada, se desarrollará una metodología mixta, cualitativa y cuantitativa. En este sentido se aplicarán encuestas y entrevistas.

Las encuestas se aplicarán a los miembros de las organizaciones que conformarán la red solidaria, a restaurantes de la ciudad de Quito pre-seleccionados y a estudiantes del Instituto Culinary Arts School, futuros Chefs de nuestro país. Las entrevistas se realizarán a expertos en los SPG.

Según (Denzin & Lincoln, 1994) la investigación cualitativa es multimetódica, naturalista e interpretativa. Abarca el estudio, uso y recolección de una variedad de materiales empíricos, mediante estudio de caso, experiencia personal, historia de vida, introspectiva, entrevista, textos observacionales y visuales que describen los momentos habituales, problemáticos y los significados en la vida de los individuos.

Bibliográfico o documental

La herramienta bibliográfica tiene características que responde al compendio de información sobre antecedentes investigativos, así el autor (Herrera Luis, 2004) “manifiesta como un propósito de ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos u otras publicaciones”.

Esta investigación también permitirá profundizar en los conceptos y aplicabilidad de los SPG, producción agroecológica, circuitos cortos de comercialización, agricultura familiar y economía social y solidaria que se relacionan con la conformación de una red de comercialización de agricultores.

Las metodologías que se van a utilizar en esta investigación se describen a continuación:

Encuesta para organizaciones de la AFC

En el presente trabajo se levantarán encuestas a los miembros de las organizaciones que conformarán la red solidaria, a fin de conocer sus principales características de producción y comercialización.

Las organizaciones “El Porvenir de Romerillos, “Pilopata” y “Fuerza y Trabajo”, tienen 12, 10 y 10 socios respectivamente, dando un total de 32 socios que conformarán la red. De tal forma que el muestreo para la presente investigación, no será necesario debido a que se encuestará al total de la población/socios.

Encuesta de sondeo rápido de mercado a restaurantes de la ciudad de Quito y estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School

A fin de conocer la demanda potencial de productos agroecológicos se efectuará encuestas de sondeo rápido de mercado a potenciales demandantes de los circuitos de proximidad “venta a restaurantes y canastas agroecológicas”.

El número y tipo de restaurantes a encuestar fue establecido en base a las recomendaciones y estudios previamente efectuados por el proyecto INIAP-KOPIA y para el levantamiento de las encuestas se utilizará la metodología de la Escuela de Negocios para Agricultores (ENA), que ha sido creada por el Centro Internacional de la Papa (CIP), donde los agricultores son los que personalmente realizan las encuestas y negocian con los futuros demandantes hasta cumplir con su necesidad de venta de productos.

La ENA es un proceso de aprendizaje participativo activo, que involucra a grupos de productores en cadenas de valor agrícolas. Como parte del fortalecimiento de capacidades, la ENA se compone de una serie de actividades grupales de aprendizaje, dentro de un ciclo de producción y mercadeo, mientras se interactúa con otros actores de la cadena y grupos de interés. Además, con el uso de las herramientas que propone la ENA, el productor se empodera en la búsqueda de mercados donde venderá sus productos (CIP, 2017).

En el caso de los estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School se levantarán encuestas aplicando la metodología del cálculo de la muestra para poblaciones finitas. La fórmula para calcular la muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

Formula:
$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

- N = 200 población total
- z = 1.96
- p = (50%)
- q = (50%)
- e = (5%)
- n = 131

“La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones y la muestra debe ser definida como un subgrupo de la población” (Roberto Hernández Sampieri, 1991).

Por lo expuesto, en el Instituto Culinary Arts School se realizarán 131 encuestas a los estudiantes de Chef.

La entrevista estructurada

La entrevista estructurada realizada a expertos, será utilizada para conocer la situación actual de los SPG en el Ecuador y su implementación a través de una Red

conformada por asociaciones de la AFC, enfocada en los circuitos de proximidad “venta a restaurantes y canastas agroecológicas”.

Los expertos basarán sus criterios, en la experiencia, trayectoria personal y profesional del tema que se está investigando.

En el presente estudio se desarrollarán alrededor de ocho entrevistas a personas expertas en SPG, utilizando la técnica del muestreo bola de nieve (Snowball sampling) lineal.

La técnica conocida como bola de nieve (snowball sampling), es una técnica de muestreo no probabilística en la que los individuos seleccionados para ser estudiados incorporan a nuevos participantes entre sus conocidos. El nombre de "bola de nieve" proviene justamente de esta idea: del mismo modo que una bola de nieve al rodar por una ladera se va haciendo más y más grande, esta técnica permite que el tamaño de la muestra, vaya creciendo a medida que los individuos seleccionados invitan a participar a sus conocidos.

La bola de nieve se usa con frecuencia para acceder a poblaciones de baja incidencia y a individuos de difícil acceso por parte del investigador. En estudios en los que se quiere analizar un colectivo muy específico, puede resultar más efectivo obtener una muestra a través de conocidos y amigos, que mediante una selección puramente aleatoria, en la que una gran cantidad de individuos candidatos a participar serían descartados. De esta forma, cuanta más gente participa en el estudio, más gente se añade al mismo. (Netquest, 2013).

En esta técnica hay dos tipos de muestreo bola de nieve:

Muestreo lineal: Cada individuo participante debe recomendar a otro individuo, de forma que la muestra crece a un ritmo lineal.

Muestreo exponencial: Cada individuo debe invitar a participar a dos o más individuos. De esta forma, cuanta más gente participa en el estudio, más gente se añade al mismo. (Netquest, 2013)

Aplicando la metodología bola de nieve, muestreo lineal se entrevistará alrededor de ochos expertos de SPG en Ecuador. “El investigador elabora una matriz con pocas preguntas cerradas, que permiten al actor edificar su discurso de mejor manera. Este diálogo ocurre en el lugar donde se sientan cómodos el actor y el investigador” (Schettini, Patricia, 2015).

Diagnóstico situacional de los miembros de las organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina

Con el fin de conocer las principales características, la oferta productiva y el sistema de comercialización actual de las Organizaciones “San Pedro de Pilopata”, “Fuerza y Trabajo” y “Porvenir de Romerillos”, pertenecientes a la Agricultura Familiar Campesina, se levantaron encuestas a los socios, cuyos resultados se presentan a continuación:

1. Género

De la encuesta realizada a los miembros de las Organizaciones, se puede concluir que el 50% de los socios son mujeres y el 50% son hombres Gráfico 3. Con estos resultados observamos que hay equidad de género entre los socios de las diferentes Organizaciones participantes.

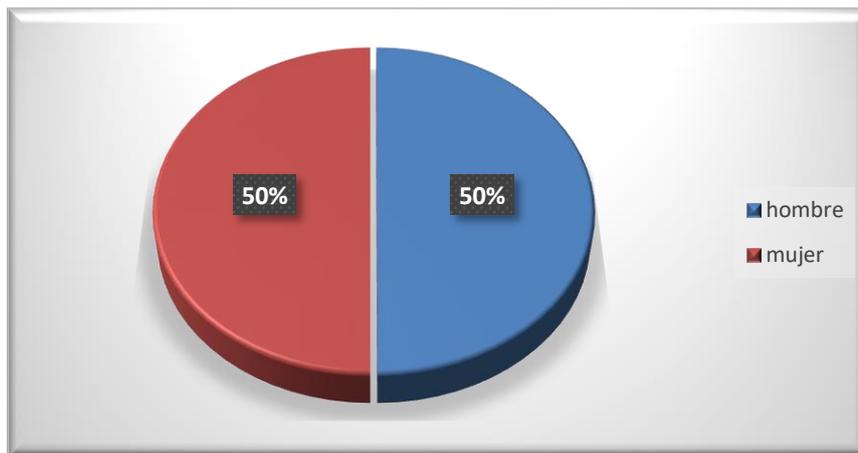


Gráfico 3. Género de los participantes

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

2. Edad de los socios de las Organizaciones de la AFC

Según los resultados de la encuesta Gráfico 4, el 53% de los miembros de las Organizaciones están en una edad comprendida entre los 51 a 70 años, seguida del 38% que tienen entre 31 a 50 años. Según (FAO, 2019) la edad media de los campesinos de la Agricultura Familiar Campesina está en los 49 años. Esta información refleja la edad avanzada que tienen los productores, debido a la falta de apoyo en temas de producción y comercialización eficiente, lo cual evidencia que la población joven rural migra hacia las grandes ciudades.

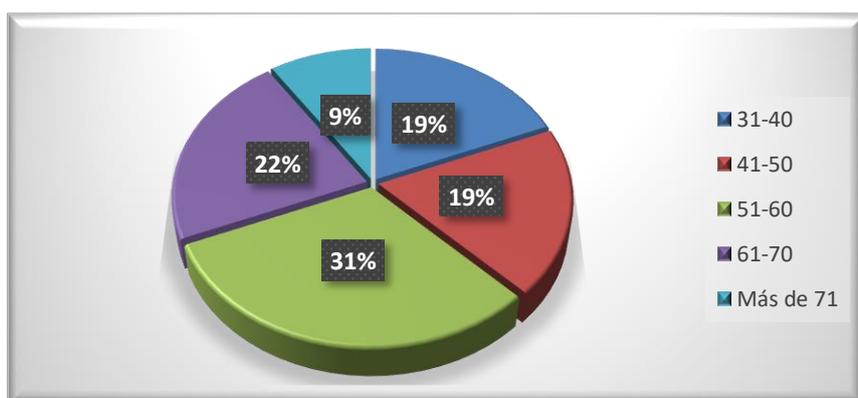


Gráfico 4. Edad de los socios de las Organizaciones de AFC

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

3. Nivel de educación de los miembros de las Organizaciones

De la encuesta realizada Gráfico 5, el 31% tienen la educación formal primaria terminada, el 28% han terminado la secundaria, el 19% no han terminado la secundaria, el 13% no han alcanzado la primaria incompleta y solo el 9% no ha podido estudiar. La falta de educación en los agricultores dificulta el acceso a nuevas técnicas de manejo agronómico que puedan incrementar los rendimientos de sus cultivos.

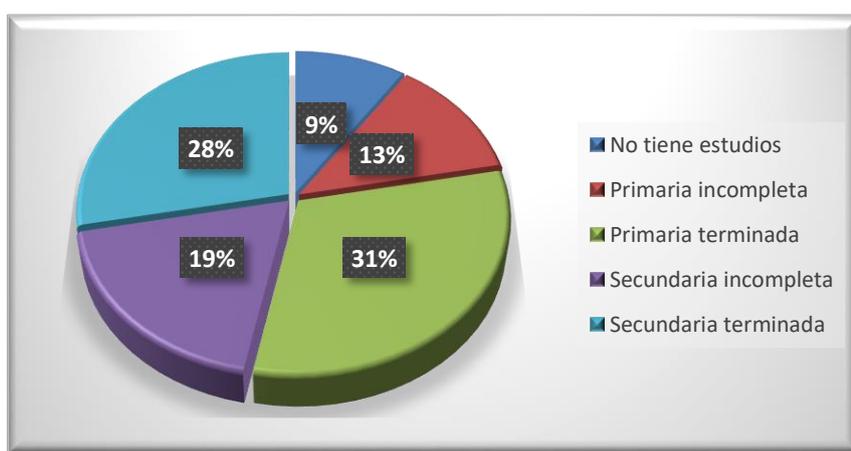


Gráfico 5. Nivel de educación de los miembros de las Organizaciones de la AFC.

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

4. ¿Número de personas que dependen de usted?

De la encuesta realizada sobre las personas que dependen de cada uno de los socios Gráfico 6, el 53% tiene 2 a 3 personas, el 25% de los socios 1 persona y el 22% tiene a su cargo entre 4 a 5 personas. Los campesinos que pertenecen a la Agricultura Familiar Campesina, destacan por el trabajo familiar que por lo general involucra a varios integrantes.

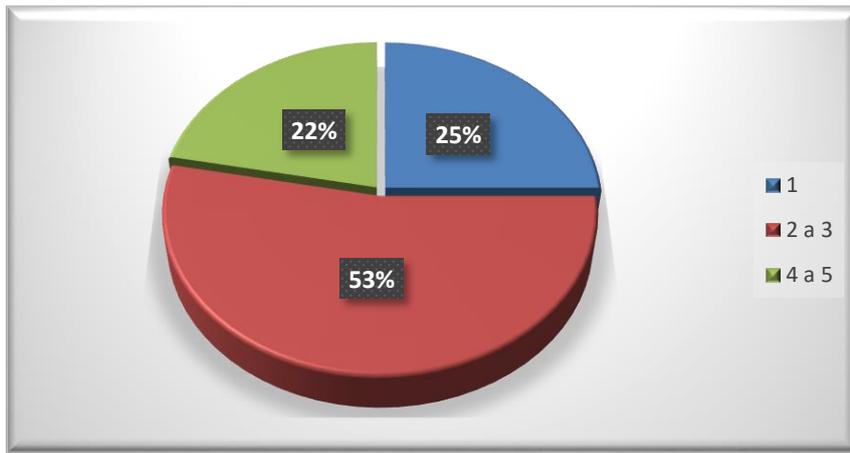


Gráfico 6. Personas que dependen de los miembros de las Organizaciones
Elaborado por: Cristhian Torres
Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

5. ¿Qué extensión de terreno tiene?

Con respecto a la tenencia de tierra Gráfico 7, por parte de las Organizaciones el mayor número de socios 81% cuentan con unidades productivas de menos de una hectárea, en tanto el 7% tienen entre 1 a 2 hectáreas, el 8% de 3 a 4 hectáreas y el 4% más de 4 hectáreas. En general los espacios para cultivar que poseen los campesinos de la Agricultura Familiar son pequeñas parcelas con diversidad de productos agropecuarios, lo cual permite penetrar en el circuito de proximidad “venta por canastas”.

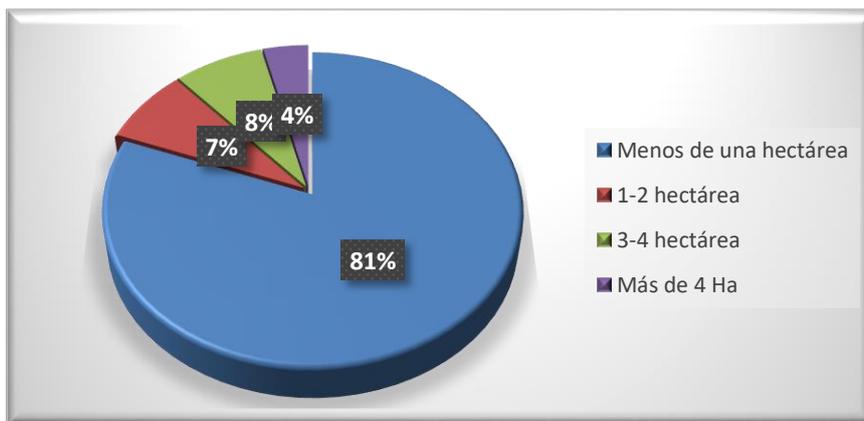


Gráfico 7. Tenencia de tierra de los miembros de las Organizaciones
Elaborado por: Cristhian Torres
Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

6. ¿Cuál es su principal actividad Agroproductiva?

La principal actividad agroproductiva de los socios muestra que el 63% está dedicado a la producción pecuaria y el 37% se dedican a la producción agrícola Gráfico 8. La razón principal de escoger la actividad pecuaria es porque obtienen ingresos económicos quincenales a diferencia de la actividad agrícola que tienen beneficios al final del ciclo del cultivo.

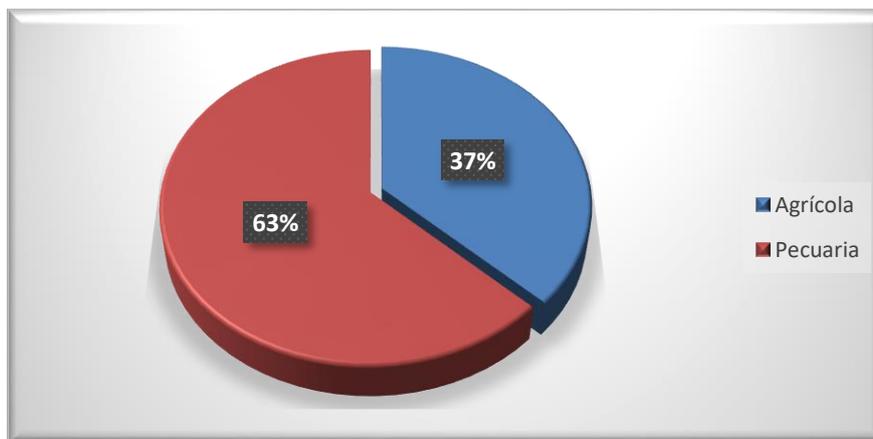


Gráfico 8. Principal actividad agroproductiva de los miembros de las Organizaciones

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

7. ¿Qué actividades complementarias realiza?

De las encuestas realizadas a los socios de la Organizaciones Gráfico 9, el 28% de los socios se dedican a la venta de hortalizas en las calles o mercados, el 25% a los quehaceres domésticos, el 16% trabaja en la construcción y un 13% se dedica al turismo comunitario. La mitad de los miembros de las Organizaciones son mujeres que en su mayoría se dedican al comercio y quehaceres domésticos, como una actividad complementaria a la producción agropecuaria, debido a que buscan la manera de apoyar a su familia, generando otro tipo de ingresos.

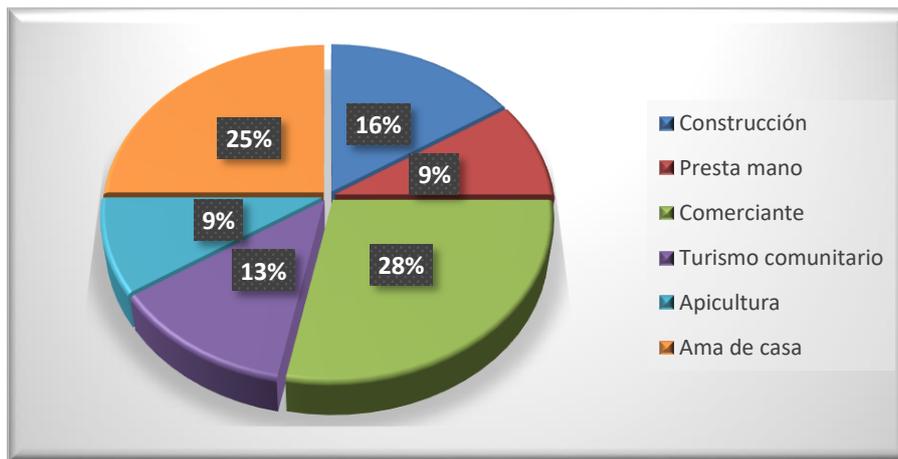


Gráfico 9. Actividades complementarias de los miembros de las Organizaciones de la AFC.
Elaborado por: Cristhian Torres
Fuente: Encuesta a los socios de las Organizaciones, 2019

8. ¿Cuál es la principal fuente de sus ingresos?

En relación a la principal fuente de ingresos de los miembros de las Organizaciones Gráfico 10, el 50% mencionan que obtiene sus ingresos a través de la venta de productos pecuarios, el 28% por la venta de productos transformados como quesos y miel; y un 22% por la venta de productos agrícolas. La mayoría de socios de las Organizaciones poseen ganado lechero, el cual les permite conseguir ingresos quincenales por la venta de leche y quesos, sin embargo los precios pagados por los intermediarios son muy bajos.

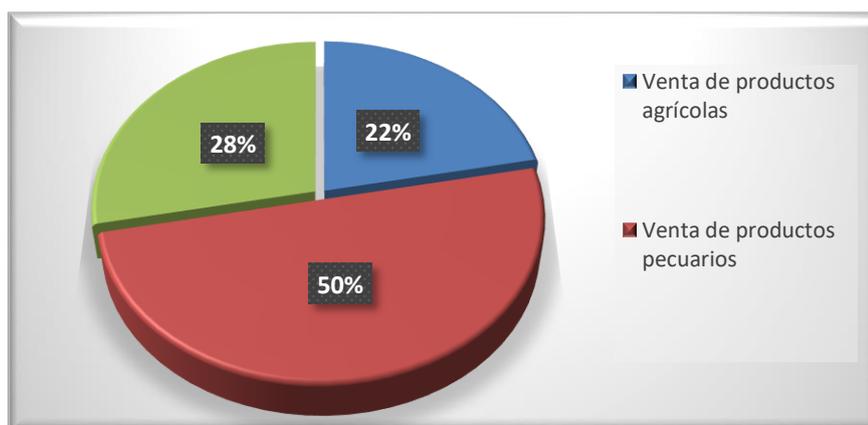


Gráfico 10. Principales fuentes de ingreso de los miembros de las Organizaciones
Elaborado por: Cristhian Torres
Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de AFC, 2019

9. ¿Cuál es su ingreso familiar promedio mensual?

De las encuestas realizadas a los miembros de las Organizaciones Tabla 2, se puede colegir que el ingreso familiar promedio mensual del 72% de socios ni siquiera alcanza al valor de un Salario Básico Unificado de \$394, en tanto que el 16% obtiene ingresos cercanos a los de la canasta familiar básica, que se ubica en \$499 y tan solo el 12% se encuentra por encima de la canasta familiar básica. Los socios que consiguen cubrir sus necesidades de ingresos lo hacen porque desarrollan actividades agrícolas a mayor escala y en conjunto con otras personas.

Tabla 2. Ingreso mensual de los miembros de las Organizaciones de AFC

Rangos en USD del ingreso familiar promedio mensual	Número de socios	Porcentaje
Menos 387 USD	23	72
400- 500 USD	5	16
501- 600 USD	1	3
601- 700 USD	1	3
701- 800 USD	2	6
Total	32	100

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

10. ¿Qué rubros pecuarios son importantes para su economía?

De las encuestas realizadas se determina, que el rubro más importante derivado de la actividad pecuaria, es la venta de leche cruda en el terreno con un 90%, le sigue con 4% la producción de quesos y el 3% la venta de pollos y miel, respectivamente Gráfico 11. Estos resultados concuerdan con la principal actividad que declararon los socios a la que se dedicaban.

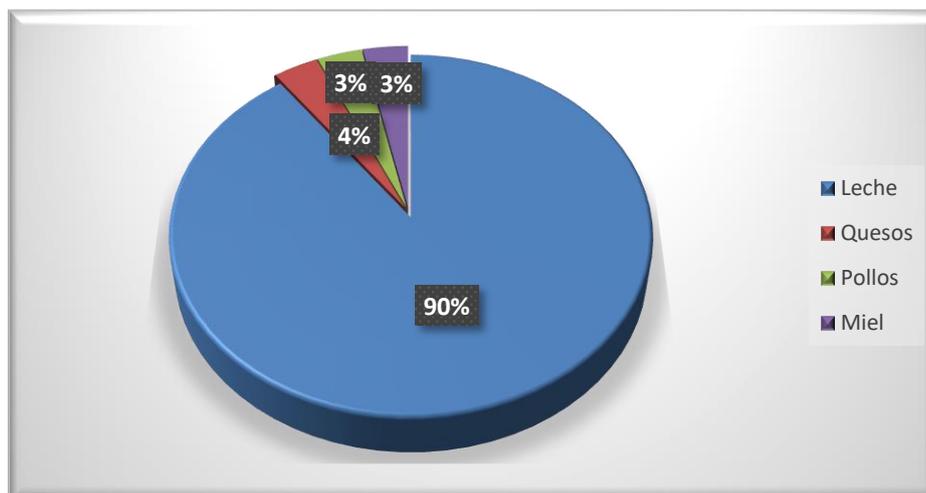


Gráfico 11. Rubros pecuarios importantes para la economía de las Organizaciones

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

11. ¿Semestralmente cuál es el ingreso neto alcanzado por la venta leche?

Los ingresos de los miembros por la venta de leche en forma semestral muestran Tabla 3, al 67% estar percibiendo entre los 801 a 1000 USD, el 27% reciben más de 1000 USD y el 6% obtiene de 601 a 800 USD. Con estos datos se corrobora que los ingresos de los miembros de las Organizaciones en promedio no llegan ni al salario básico unificado.

Tabla 3. Ingreso Semestral por la venta leche

Descripción	Nº Socios	Porcentaje
601-800 USD	2	6
801-1000 USD	20	67
Más de 1000 USD	8	27
Total	30	100

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de AFC, 2019

12. ¿Cuál es la percepción que tiene sobre la calidad de leche que produce?

En relación a la percepción sobre la calidad de leche que producen los miembros de las organizaciones Gráfico 12, el 64% de sus miembros considera que los productos son frescos, el 18% que tienen buen sabor y el 14% que tienen precios

cómodos. Las tres Organizaciones que conformarán la red de comercialización tienen diversidad y calidad de productos agroecológicos.

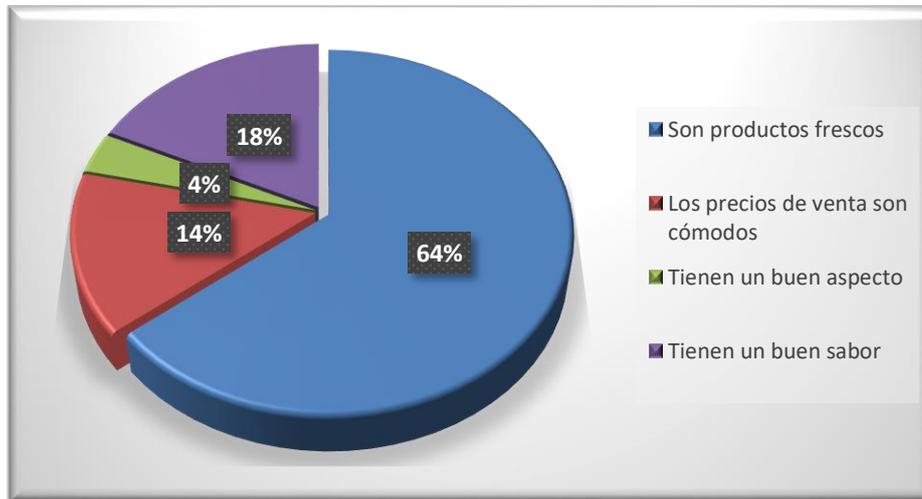


Gráfico 12. Percepción de los miembros sobre la calidad de los productos cultivados

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

13. ¿Qué perspectiva tiene para determinar la causa de los bajos precios de la leche vendida en finca?

Según la encuesta realizada Tabla 4, el 67% de los socios considera como principal causa la venta a intermediarios, puesto que ellos son quienes fijan el precio, el 20% considera que es por la sobreoferta en el mercado y el 13% mencionan que no disponen de espacios alternativos para vender directamente al consumidor. El problema de la intermediación está dado por la cantidad de intermediarios que pasan antes de llegar al consumidor final. Actualmente el precio de la leche en el campo está entre los 0.35 y 0.45 USD en los mejores casos.

Tabla 4. Perspectivas de los socios por los bajos precios de la leche

Descripción	Nº Socios	Porcentaje
Porque la mayoría los productos son comprados por el intermediario a precios bajos	20	67
Sobreoferta de producto en el mercado	6	20
No se dispone de espacios alternativos para vender directamente al consumidor	4	13
Total	30	100

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de AFC, 2019

14. Perspectiva de los socios en relación al ingreso obtenido por la venta de leche

De las encuestas realizadas a las Organizaciones develan que las ganancias que obtienen por la venta de leche apenas logran cubrir sus costos de producción Gráfico N° 13, debido a que 77% de los socios indican que obtiene un 5% de ganancias por la venta de este producto y el 20% obtiene ganancias por el 10%, lo que muestra que los precios pagados por los intermediarios por la compra de la leche no logran generar una ganancia considerable a los productores.

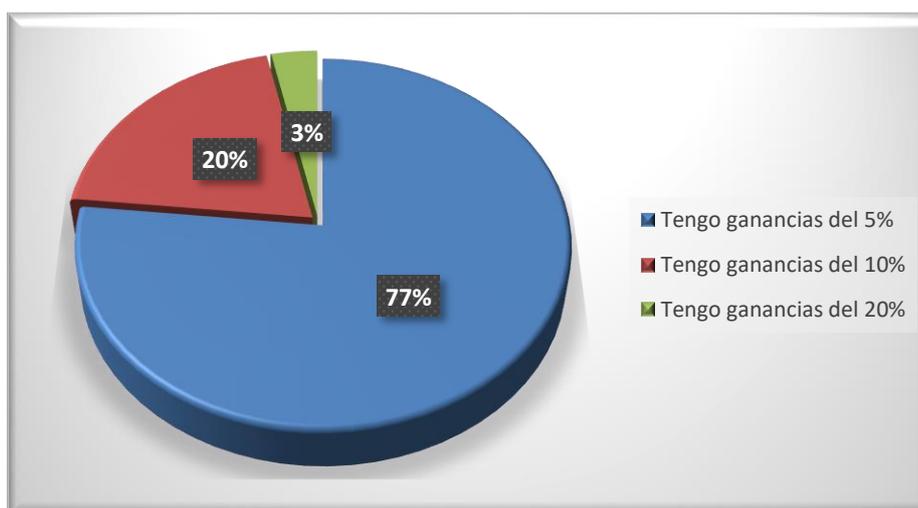


Gráfico 13. Percepción de los miembros sobre la calidad de los productos cultivados

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

15. ¿Qué rubros agrícolas son importantes para su economía?

De las encuestas realizadas se determina, que el rubro más importante derivado de la actividad agrícola, es la venta de hortalizas con un 53%, le sigue con 38% la papa y el 9% la venta maíz Gráfico 14. Las tres organizaciones consideradas en esta investigación son productoras de papa, sin embargo la mayor producción la tiene la Asociación el Porvenir de Romerillos, en cambio la mayor productora de hortalizas la tiene la Organización Fuerza y Trabajo. En tanto la Asociación de Pilopata produce leche, quesos y pollos como mayor fortaleza de producción. Los productos agropecuarios de las organizaciones se podrá vender a través de los circuitos de proximidad.

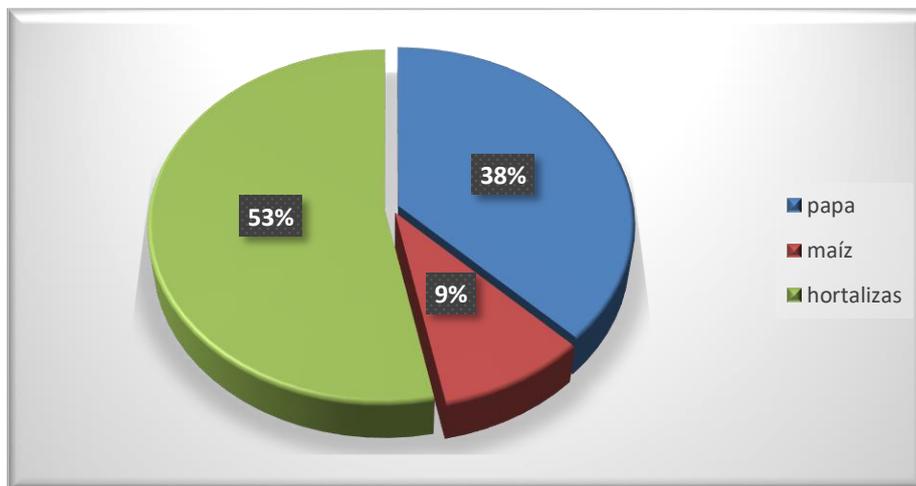


Gráfico 14. Percepción de los miembros sobre la calidad de los productos cultivados
Elaborado por: Cristhian Torres
Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

16. ¿Semestralmente cuál es el ingreso neto alcanzado por la venta de los productos agrícolas?

Con los resultados de las encuestas realizadas a los socios se conoce que el ingreso que reciben semestralmente por la venta de hortalizas y papas, el 69% de productores se ubican en un rango de USD 201 a 300 Tabla 5. Con estos ingresos los miembros de las organizaciones mencionan que muchas veces no recuperan ni el valor de la inversión realizada, debido a que dependen del precio del mercado.

Tabla 5. Ingreso Semestral por la venta de productos agrícolas

Descripción	Nº Socios	Porcentaje
Menos de 100 USD	1	3
101 - 200 USD	1	3
201 – 300 USD	22	69
Más de 300	8	25
Total	32	100

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

17. ¿Cuál es la percepción que tiene sobre la calidad de los productos que cultiva?

De los productos agropecuarios que comercializan las Asociaciones, los resultados de las encuestas muestran Gráfico 15, que el 52% considera que sus productos tienen un buen aspecto, el 31% menciona que son productos frescos y 17% se vende a precios cómodos. Las tres organizaciones ofertan productos de calidad, lo cual facilitará la comercialización a través de los circuitos de proximidad.

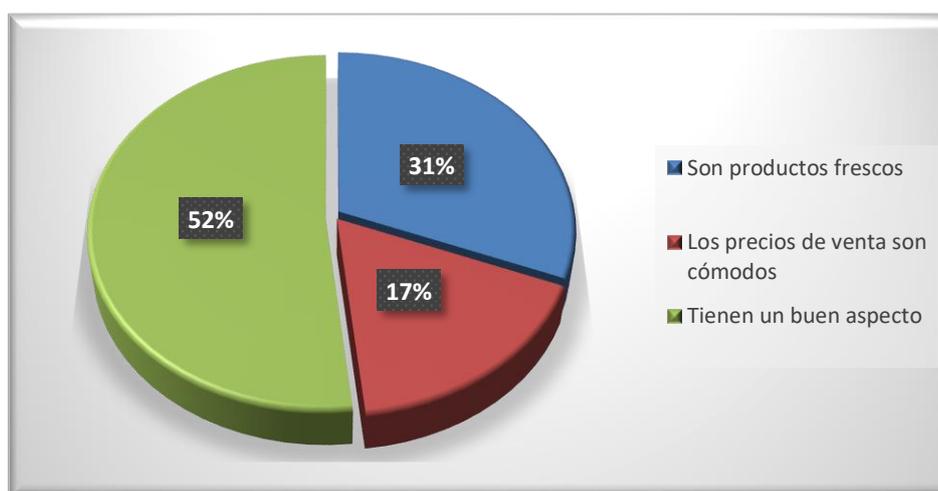


Gráfico 15. Percepción de la calidad de los productos cultivados

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

18. ¿Qué perspectiva tiene para determinar la causa de los bajos precios de sus productos agrícolas vendidos en finca?

Las causas que los miembros de las organizaciones identifican para los precios bajos de los productos agrícolas vendidos en sus fincas Tabla 6, el 69% considera como principal causa la venta a intermediarios, puesto que ellos son quienes fijan el precio y el restante 31% menciona que es por la sobreoferta existente en el mercado. Dentro de la cadena de comercialización, los intermediarios son los que obtiene mayor ganancia y menor riesgo de pérdidas, a diferencia del productor donde depende del intermediario y los precios del mercado.

Tabla 6. Perspectivas de la causa de los bajos precios de los productos agrícola

Descripción	Nº de Socios	Porcentaje
Porque la mayoría de los productos son comprados por el intermediario a precios bajos	22	69
Sobreoferta de producto en el mercado	10	31
Total	32	100

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

19. ¿Qué perspectiva tiene en relación al ingreso obtenido por la venta de los productos agrícolas?

De la encuesta realizada a los miembros de las Asociaciones, el 69 % obtienen ganancias del 5%, el 28% declara obtener sus ganancias del 10% y solo el 3% obtiene ganancias del 20% Gráfico 16. Estos resultados son el efecto de la comercialización de los productos a través de los intermediarios, razón por la cual no obtienen ganancias satisfactorias para los socios.

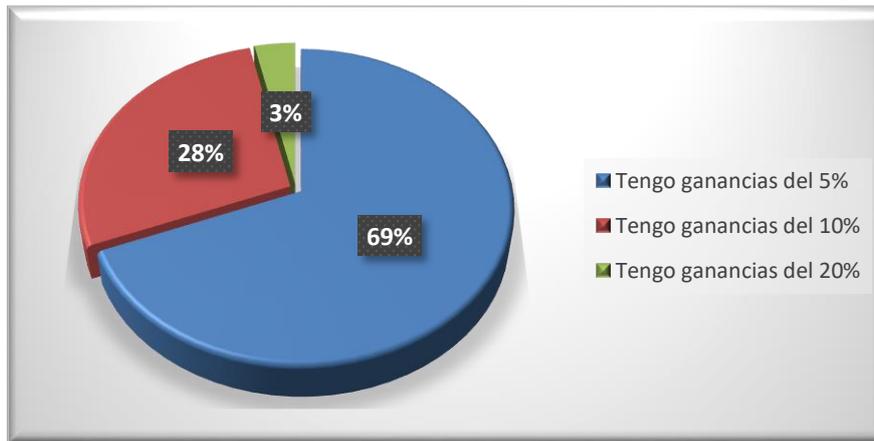


Gráfico 16. Percepción del ingreso por la venta de productos agrícolas
Elaborado por: Cristhian Torres
Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

20. ¿En qué utiliza las ganancias que obtiene vendiendo sus productos agrícolas?

De las ganancias obtenidas por la venta de los productos agrícolas Gráfico 17, el 56% realiza reinversión productiva (compra de semillas, fertilizantes y otros), el 35% compra alimentos para su familia y el 6% destina a la educación de sus hijos. Las ganancias obtenidas por los miembros de las organizaciones no les permiten tener un margen de ganancias que motive la reinversión productiva.

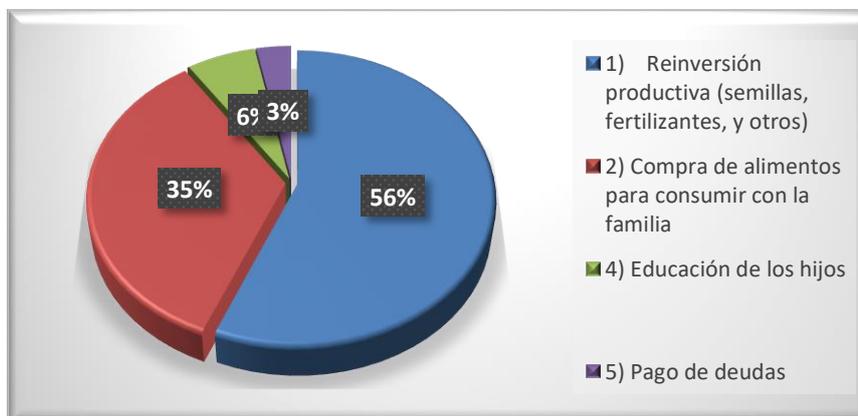


Gráfico 17. Uso de las ganancias por los productos agrícolas vendidos
Elaborado por: Cristhian Torres
Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

21. ¿Con las cantidades de productos que ustedes producen en qué tipo de circuitos de proximidad podrían incursionar?

De la encuesta realizada a los miembros de las organizaciones sobre los tipos de circuitos cortos de comercialización que conocen y en los cuales podrían comercializar Gráfico 18, el 31% de los socios considera más conveniente el comercializar directamente con restaurantes, el 25% en bioferias y restaurantes y el 22% a través de canastas y bioferias. Según la oferta de productos actual por parte de las Asociaciones, el circuito más apropiado para la comercialización es la venta por medio de canastas o bioferias. Sin embargo, con una buena planificación y producción escalonada, podrían más adelante vender a restaurantes.

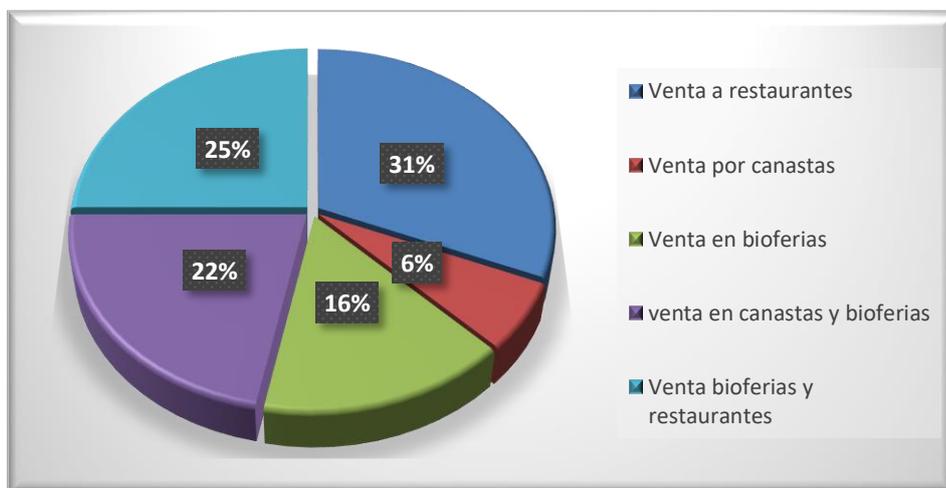


Gráfico 18. Circuitos de proximidad que podrían incursionar

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

22. ¿Usted tiene disponibilidad de una computadora e internet en su casa?

Respecto a la disponibilidad de computadoras e internet de los miembros de las organizaciones Gráfico 19, el 63% no posee computadora y menos internet, en cambio el 37% de ellos poseen una computadora con internet. Las organizaciones que pertenecen a la AFC se encuentran con el 70% en educación primaria y un 16% sin ningún nivel de educación, adicionalmente, existe un alto porcentaje de jefes de hogar sin ninguna educación, que llega al 17% (Valle, 2013).

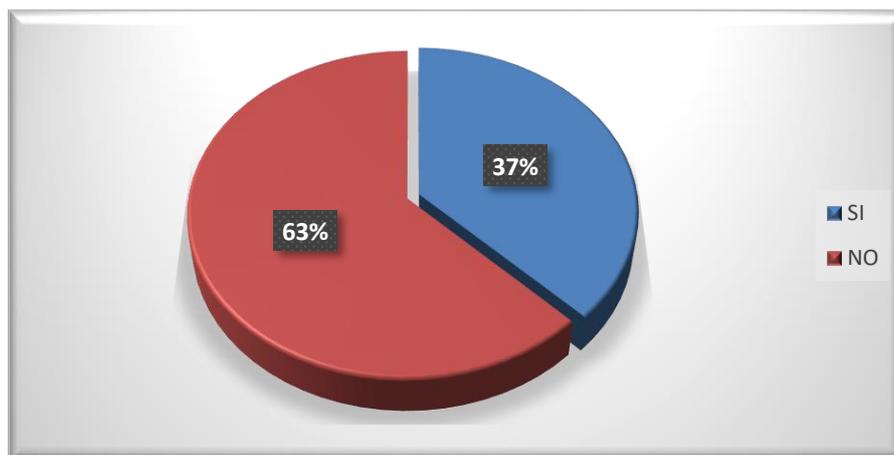


Gráfico 19. Disponibilidad de computadora e internet en casa

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

Oferta de productos agropecuarios

Para saber la oferta de los productos agropecuarios que los miembros de las organizaciones disponen, se realizó a través del levantamiento de las encuestas dirigidas a cada socio. Las tres organizaciones que conformarán la red producen en mayor cantidad papas y leche, seguido de hortalizas, quesos, gallinas, huevos y miel de abeja Tabla 7. A pesar de tener productos agropecuarios semanales, es necesario que incrementen y planifiquen la producción en base a la demanda de esta investigación.

Tabla 7. Oferta semanal de productos agropecuarios de las organizaciones

Productos	Kilos	Productos	Unidades
Papas	5151	Queso tierno	63
Lechuga criolla	90	Leche	120
Zanahoria	99	Cuy	10
Nabo	12	Gallina criolla	15
Col	59	Huevos de campo	2
Haba	30	Miel de abeja	10
Cebolla blanca	60		
Cilantro	41		
Brócoli	72		
Apio	99		
Perejil	3		
Coliflor	62		
Rábano	74		
Mellocos	14		

Cebolla paiteña	40
Hierbita	24
Remolacha	13
Acelga	7

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Resultados de la encuesta a los miembros de las Organizaciones de la AFC, 2019

Demanda de productos agropecuarios

Para conocer la demanda potencial de los productos agroecológicos cultivados por las Asociaciones seleccionadas, se realizaron encuestas a restaurantes en la ciudad de Quito y a estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School, Anexo 1 y 2, considerando los circuitos de proximidad “venta a restaurantes y canastas agroecológicas” respectivamente, a continuación detallamos los resultados obtenidos de la sistematización de las encuestas efectuadas:

Encuestas a restaurantes de la ciudad de quito

1. ¿Actualmente en dónde compra sus productos agropecuarios?

Con respecto al lugar en donde se adquieren los productos agropecuarios para la preparación de los alimentos en los restaurantes Gráfico 20, el 44% de los potenciales clientes contestó que obtienen sus productos por medio de proveedores, seguido del 30% lo adquiere en mercados mayoristas y minoristas. La competencia directa para las Organizaciones está dada por los intermediarios que compran a precios bajos en las fincas de los productores y venden en los mercados mayoristas y minoristas. Muchos de ellos tienen puestos de venta en estos mercados, además que seleccionan el mejor producto y lo entregan directamente a restaurantes, convirtiéndose en proveedores, lo cual provoca la monopolización del mercado convencional.

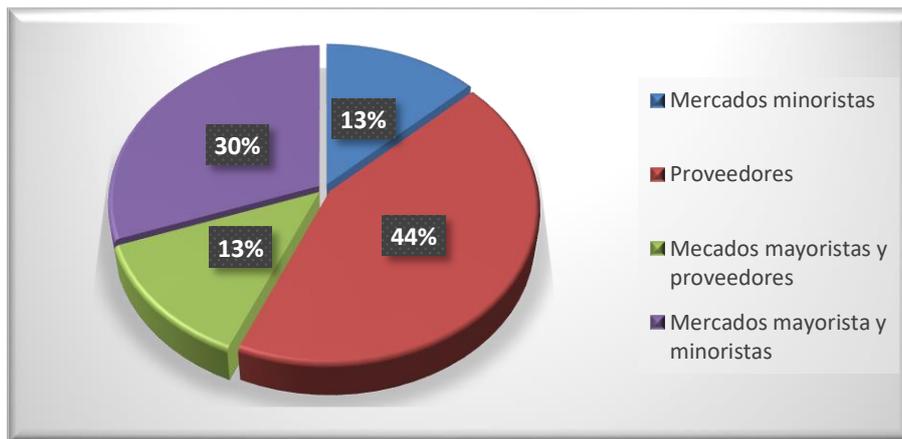


Gráfico 20. Lugares en donde obtienen los productos agropecuarios para su restaurante

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a restaurantes de la ciudad de Quito, 2019.

2. ¿Conoce usted la diferencia entre productos agroecológicos y productos agrícolas convencionales?

El resultado de las encuesta sobre el conocimiento de las diferencias entre los productos agroecológicos y convencionales Gráfico 21, el 70% no conocen las diferentes de las formas de producción, en tanto el 30% ha escuchado y sabe conceptos básicos sobre agroecología. Estos resultados reflejan el desconocimiento sobre Agroecología y en especial de los restaurantes encuestados.

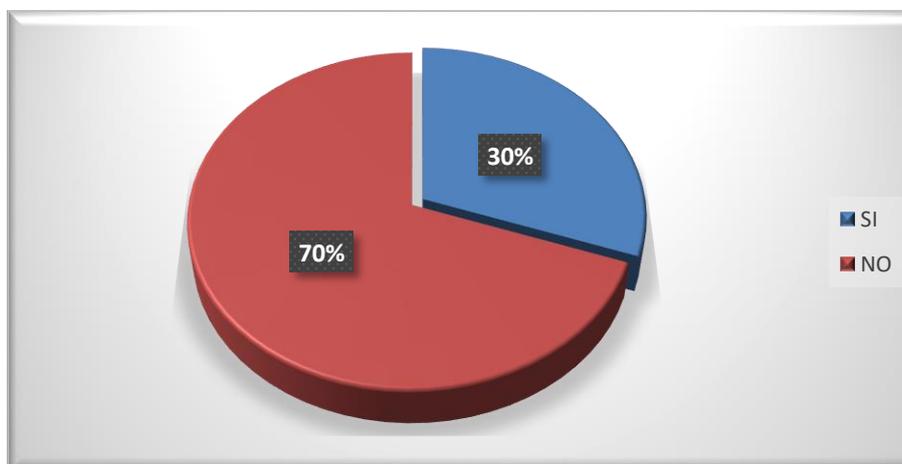


Gráfico 21. Lugares donde obtienen los productos agropecuarios para su restaurante

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a restaurantes de la ciudad de Quito, 2019.

3. ¿Estaría dispuesto a visitar los lotes de las Organizaciones, para que usted verifique y constate si los productos son agroecológicos?

Sobre la base de las encuestas realizadas a los restaurantes Gráfico 22, se puede observar que el 57% no tiene ningún interés por visitar los lotes de las Organizaciones, debido a que aducen no tener tiempo por sus negocios, en tanto el 43% está dispuesto a visitar las fincas de los productores, debido a que desean saber cómo cultivan y de donde proviene los productos.

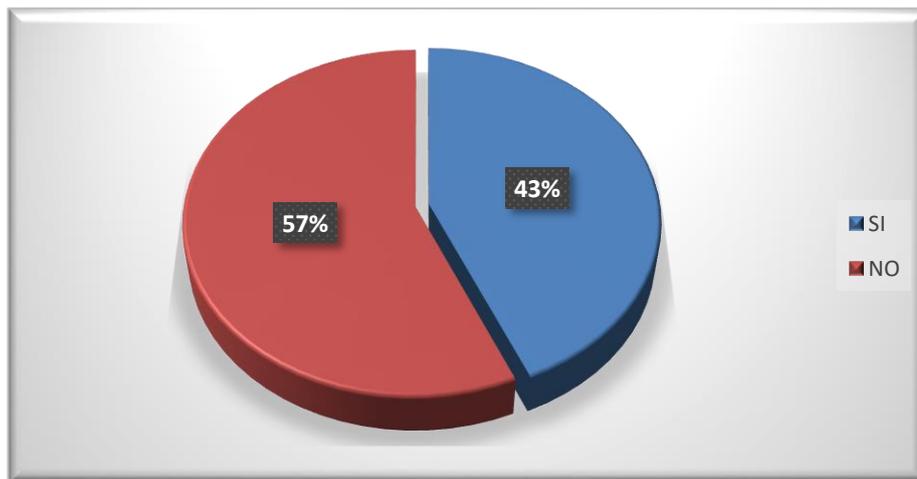


Gráfico 22. Disponibilidad por visitar los lotes de las Organizaciones.

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a restaurantes de la ciudad de Quito, 2019.

4. ¿Estaría dispuesto a comprar los productos agroecológicos que nuestras Organizaciones ofertan en un precio fijo y justo?

Según el estudio realizado Gráfico 23, el 70% de los restaurantes encuestados están dispuestos a comprar los productos agroecológicos que las Organizaciones cultivan, en cambio el 30% no muestra interés alguno, debido a que compran a través de la oferta y demanda en los mercados mayoristas, además buscan a toda costa reducir sus gastos de inversión y solo se fijan en el bajo precio del ofertante.

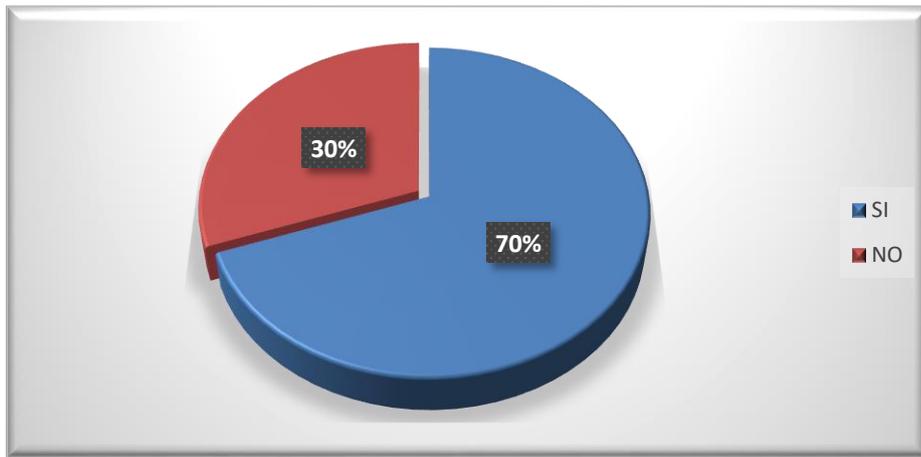


Gráfico 23. Disponibilidad para comprar los productos agroecológicos
Elaborado por: Cristhian Torres
Fuente: Encuesta a restaurantes de la ciudad de Quito, 2019.

5. ¿Cuál sería la frecuencia de compra de los productos agroecológica?

Se puede observar en la Gráfico 24, que el 87% de encuestados desean obtener los productos agroecológico de las Organizaciones en forma semanal, seguido del 9% en forma mensual y tan solo un 4% en forma quincenal. Los restaurantes compran con mayor frecuencia de forma semanal, debido a que utilizan estos productos en la cocinan todos los días y buscan seriedad en el tiempo de entrega, productos frescos y de calidad.

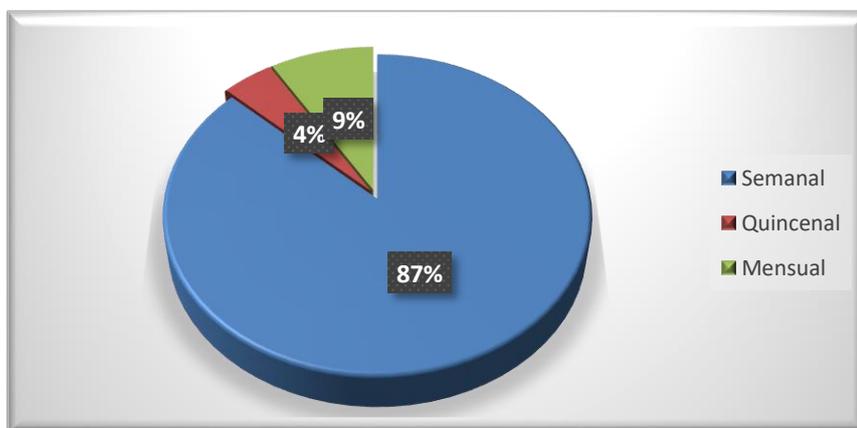


Gráfico 24. Frecuencia de compra de los productos agroecológicos de las Organizaciones.
Elaborado por: Cristhian Torres
Fuente: Encuesta a restaurantes de la ciudad de Quito, 2019.

La demanda potencial semanal de productos agroecológicos por parte de los restaurantes se encuentra detallado en la Tabla 8. Se puede observar que las frecuencias y volúmenes que necesitan estos restaurantes son altos en referencia a la oferta productiva de las Organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina motivo de análisis en la presente investigación, debido a que poseen lotes pequeños que en su mayoría están dedicados a la ganadería y cuya área es menor de una hectárea, sin embargo, con la conformación de la red de producción y comercialización se puede empezar a vender en algunos pequeños restaurantes, hasta poder incrementar en forma escalonada y planificada las siembras. Entre los productos agroecológicos de mayor demanda por los restaurantes, según los resultados obtenidos a través de las encuestas, está la papa, lechuga y zanahoria.

Tabla 8. Demanda potencial semanal de productos agroecológicos a través del circuito de proximidad “venta a restaurantes”

Nº	Restaurantes	Papa	Cebolla	Zanahoria	Habas	Mellocos	Lechuga	Col	Brócoli	Coliflor	Rábano	Apio	Cilantro	Perejil	Nabo	Chocho
		Larga														
		Kilos														
1	Pizzería Hornero	4315					700		42	42				7		14
2	Palacio de la Fritada	1407	13		100								10	7		
3	Food Service Coop KFC	1878	200	400	1000		6000	1000	200		50	80	700	200		1000
4	Hasta la Vuelta Señor	322	10	25	2	5										
5	Santa Rosa	125	3	5			3	2								
6	Hunters	29	5	10		5	3	3	4							2
7	San Ignacio	235	5	17	3	4	2	2	2						2	4
8	Ari Comida Sana	150	3	17	3	1	1	4	11							3
9	Criollo	194	1	17	12		3		1							8
10	Café del Fraile	278	2	40			2		2							
11	Urko	32	1	3	5	1	2								2	
12	Columbia	530	5	25	5	3										
13	Segundo Muelle	52	3	5	3	2										
14	Quitú	25	3	5	3	2		1	2						2	3
15	Laboratoriod	37	4	8	4	2	1	1	2							
16	Capuleto	78		15			3									
17	Mycuña Tayta	64	4	20	15	15	3	2	4						2	
18	El Escondite de Cantuña	43	2	2			2									1
19	Hotel JW Marriott Quito	481	5	10	5	3	3	2	3						2	3
20	La tablita del Tártaro	5130	30									15				
21	Mayflawuer	115	700	1000			1400	100				45	65	47	1500	
22	Grupo del Hierro	174	100	413	20	10	55	250	241	80	5	220	75	37	4	5
23	Hotel Quito	330	82	268	11	34	147	74	97	45	12	62	58	16		29
	TOTAL	16025	1181	2305	1191	87	8330	1441	611	167	67	422	908	314	1514	1072

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a restaurantes de la ciudad de Quito, 2019

Encuestas a estudiantes chefs del Instituto Culinary Arts School

1. ¿Cuántos miembros de la familia dependen de usted?

Según la encuesta realizada Gráfico 25, se puede observar al 67% de los chef entrevistados tienen de 1 a 2 personas dependientes, el 30% menciona de 3 a 5 personas y solo el 3% más de 5 personas. Si correlacionamos esta variable con el pedido de tipo de canasta, la mayoría de personas quieren adquirir canastas económicas, debido a que en su hogar conviven pocas personas según los resultados de las encuestas.

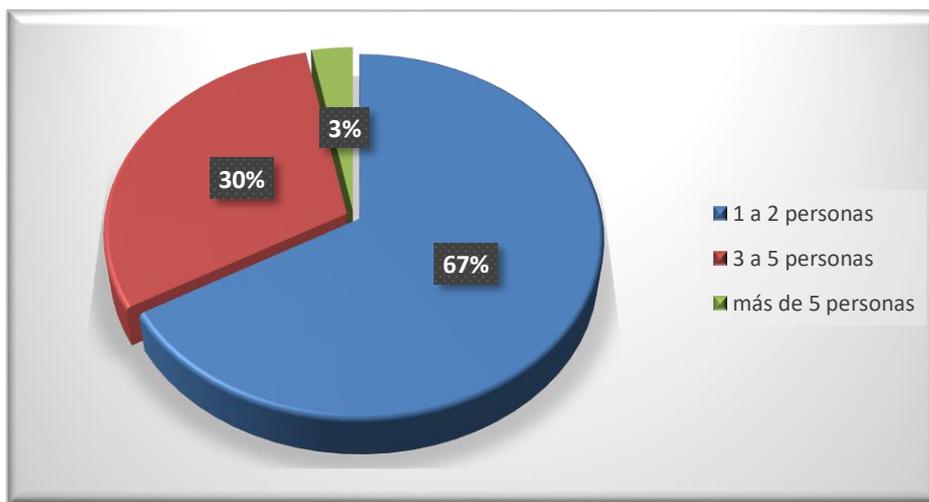


Gráfico 25. Miembros de la familia que dependen del encuestado.

Elaborado por: Crithian Torres

Fuente: Encuesta a estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School, 2019.

2. ¿Actualmente donde compra sus productos agropecuarios?

Con respecto al lugar donde adquieren los productos agropecuarios para la preparación de los alimentos Gráfico 26, el 63% de los potenciales clientes contestó que obtienen sus productos en supermercados y/o en mercados minoristas. Dichos productos son cultivados convencionalmente, pues provienen de varios lugares y no se conoce si existe un control de los pesticidas utilizados dentro de su manejo agronómico. En cambio la producción agroecológica, a través de los SPG, enfatiza en la calidad y procedencia de los productos, lo cual beneficiaría la salud y bienestar del cliente.

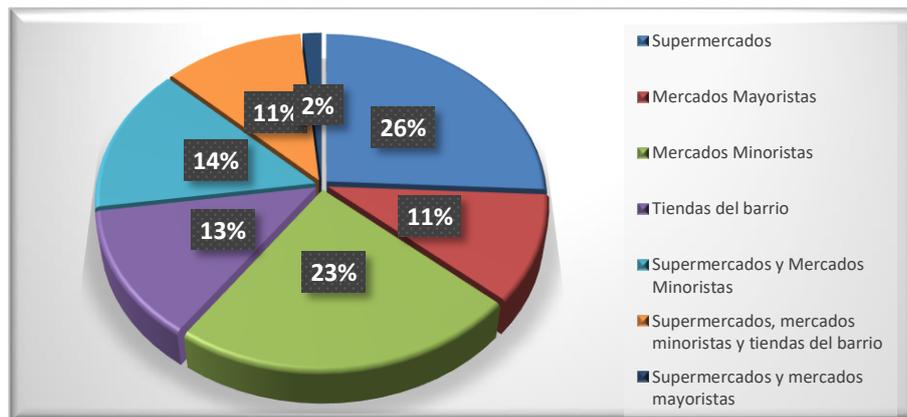


Gráfico 26. Lugares donde compra sus productos agropecuarios.

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School, 2019.

3. ¿Conoce usted la diferencia entre productos agroecológicos y productos agrícolas convencionales?

De la encuesta realizada sobre las diferencias entre los productos agroecológicos y convencionales Gráfico 27, el 55% de encuestados desconocen las diferencia entre este tipo de producciones, mientras el 45% conocen o han escuchado sobre agroecología, sin embargo no tienen claro las dimensiones en la parte ambiental, social, económica y política que encierra la producción agroecológica, debido a que piensan que solo se enfoca al cuidado del ambiente como lo refiere la producción orgánica.

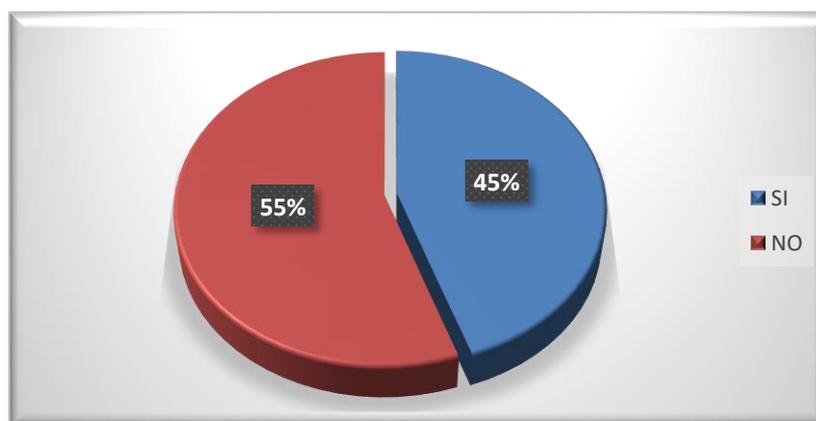


Gráfico 27. Diferencias en conocimientos entre productos agroecológicos y convencionales.

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School, 2019.

4. ¿Le gustaría adquirir productos agroecológicos de calidad, presentados en canastas y comercializados directamente por una Red que agrupa a asociaciones pertenecientes a la AFC?

En relación a la venta de productos agroecológicos que ofrecen las Organizaciones a través del circuito de proximidad “venta por canastas” Gráfico 28, el 77% muestra interés por la compra, mientras el 23% no desean adquirirlas. La mayor parte de estudiantes Chef desean apoyar a los productores de la Agricultura Familiar Campesina, debido a que pueden obtener productos frescos, de calidad, a menores precios y de forma directa del productor al consumidor.

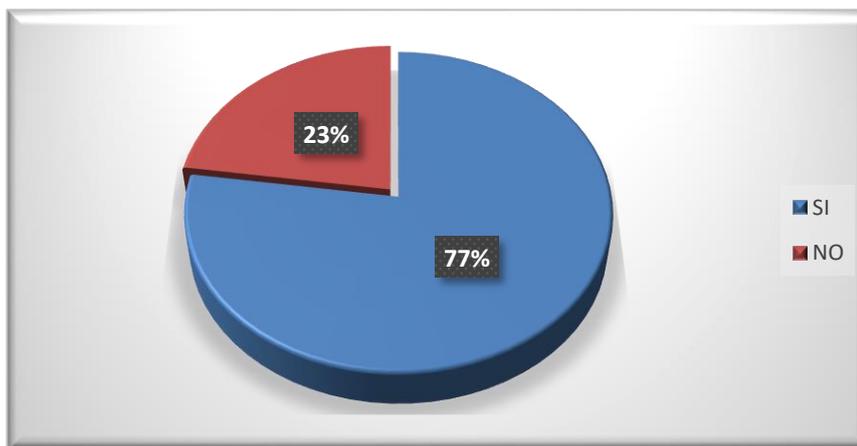


Gráfico 28. Venta de productos agroecológicos a través de canastas.

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School, 2019.

5. ¿Cuál sería la frecuencia de compra de la canasta agroecológica?

El 42% de los estudiantes Chefs mostraron interés por la entrega de las canastas en forma semanal, mientras el 34% en forma quincenal y el 24% cada mes, Gráfico 29. Lo cual conlleva a que las Organizaciones planifiquen su producción en forma escalonada, diversificada y frecuente, a fin de no romper el stock de productos y garantizar la entrega durante todo el año.

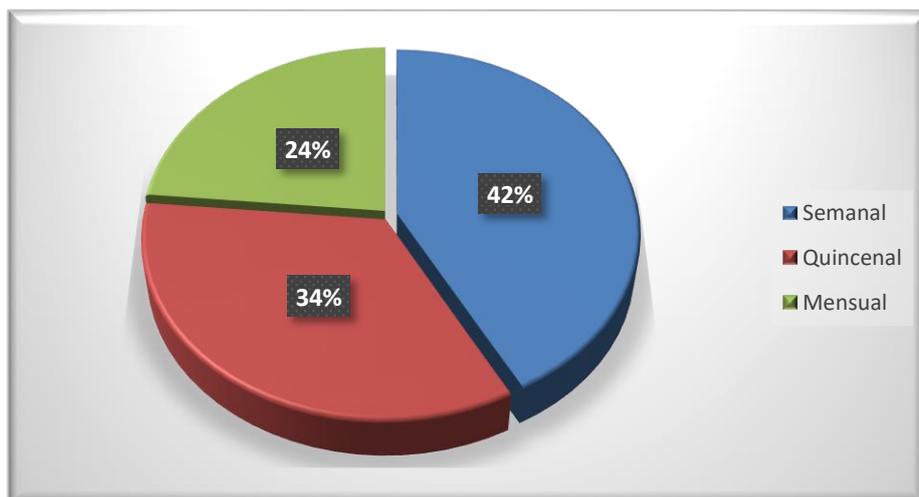


Gráfico 29. Frecuencia de compra de canastas

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School, 2019.

6. ¿Cuál de estas canastas agroecológicas escogería en base a su necesidad familiar y económica?

En la Tabla 9, se muestra el interés del 55% de estudiantes por la compra de la canasta económica, mientras el 45% por la canasta estándar. La mayor demanda es por la canasta económica, debido a que las familias de los estudiantes en su mayoría oscilan entre 1 a 2 personas. El detalle de productos agroecológicos de cada canasta se encuentra en el Anexo N°3.

Tabla 9. Frecuencia de compra semanal de canastas agroecológicas

TIPO DE CANASTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Canasta Estándar	30	45
Canasta Económica	37	55
TOTAL	67	100

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School, 2019.

La demanda potencial semanal que requieren los estudiantes Chefs de productos agroecológicos se encuentra detallado en la Tabla 10, para lo cual se han sumado todos los productos de las canastas estándar y económica. Cabe mencionar que las

Organizaciones tienen en su mayoría algunos productos agropecuarios, sin embargo es necesario planificar una producción escalonada, para tener las frecuencias y cantidades requeridas semanalmente por los clientes.

Tabla 10. Demanda potencial semanal de productos agropecuarios de los estudiantes del Instituto Culinary Arts School a través de la “venta por canastas”

Productos	kilos	Productos	Unidades
Papas	164	Tomate de árbol	670
Tomate Riñón	97	Limón	670
Chochos	15	Queso tierno	49
Col	67	Leche	50
Coliflor	67	Cuy	3
Rábano	67	Gallina criolla	13
Brócoli	61	Cubeta de huevos de campo	17
Zanahoria	48	Miel de abeja	5
Cebolla colorada	49		
Lechuga criolla	45		
Hierbita (culantro, apio, perejil)	30		
Arveja	30		
Ajo	30		
Fresa	30		
Mora	30		
Uvilla	30		
Haba	30		
Lechuga crespita	25		
Pimiento verde	22		
Cebolla blanca	34		
Remolacha	14		
Acelga	14		

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuesta a estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School, 2019.

Para obtener la demanda total de productos agropecuarios Tabla 11, se sumó las demandas de los circuitos de proximidad venta a restaurantes y canastas agroecológicas, además se obtuvo el porcentaje de cobertura mediante la diferencia de la oferta productiva de las organizaciones y la demanda total.

En el caso de la papa, el 31.82% podría ser cubierta por las organizaciones, priorizando el circuito de proximidad venta a restaurantes, debido a que las tres asociaciones cultivan este producto. El resto constituye la demanda insatisfecha, el 68.18%, que podrá ser cubierta, una vez que se lleguen a acuerdos con los potenciales clientes y además se necesita realizar una planificación de producción

escalonada con todas las organizaciones, a fin de cumplir con los compromisos que podrían ser asumidos.

Respecto a la cobertura de las hortalizas demandadas por los potenciales clientes, el 18,66% en promedio podrían ser cubiertas por las organizaciones, el restante 81,34% constituye la demanda insatisfecha. Las organizaciones están en capacidad de comercializar estos productos, principalmente a través del circuito de proximidad venta de canastas agroecológicas, debido a su escasa oferta productiva, sin embargo, más adelante previo a llegar a acuerdos con los administradores o dueños de los restaurantes podrían incrementar su producción.

En relación a la producción de leche, quesos, gallinas de campo, huevos de campo, cuyes y miel de abeja, las organizaciones están en capacidad de atender a la totalidad del mercado investigado e incluso deberán buscar nuevos clientes a quienes ofertar su producción. Sin embargo, se observa deficiencia en la producción de frutas como mora, fresa, uvillas, limones y tomate de árbol.

Tabla 11. Porcentaje de cobertura de productos agropecuarios a través de la red de organizaciones de AFC

Productos	Demanda total	Oferta de las organizaciones	Porcentaje de cobertura de la red	Productos	Demanda total	Oferta de las organizaciones	Porcentaje de cobertura de la red
	Kilos		%		Unidades		%
Papas	16189	5151	31,82%	Tomate de árbol	670	0	0%
Lechuga	8400	90	1,07%	Limón	670	0	0%
Zanahoria	2353	99	4,21%	Queso tierno	49	63	129%
Nabo	1514	12	0,79%	Leche	50	120	240%
Col	1508	59	3,91%	Cuy	3	10	333%
Haba	1221	30	2,46%	Gallina criolla	13	15	115%
Cebolla blanca	1215	60	4,94%	Huevos de campo	17	2	12%
Chochos	1087	0	0,00%	Miel de abeja	5	10	200%
Cilantro	918	41	4,47%				
Brócoli	672	72	10,71%				
Apio	432	99	22,92%				
Perejil	324	3	0,93%				
Coliflor	234	62	26,50%				
Rábano	134	74	55,22%				
Mellocos	87	14	16,09%				
Tomate Riñón	97	0	0,00%				
Cebolla paiteña	49	40	81,63%				
Arveja	30	0	0,00%				
Ajo	30	0	0,00%				
Fresa	30	0	0,00%				
Mora	30	0	0,00%				
Uvilla	30	0	0,00%				
Pimiento verde	22	0	0,00%				
Remolacha	14	13	92,86%				
Acelga	14	7	50,00%				

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Encuestas a estudiantes Chef y Restaurantes, 2019

El presente trabajo de investigación beneficiará a la sociedad en su conjunto, debido a que contribuye al fortalecimiento, integración y compromiso de varios actores que intervienen en el proceso de producción agroecológica, aplicando los SPG. Asimismo favorecerá a los consumidores, quienes podrían adquirir productos saludables de calidad que garanticen un mejor estilo de vida.

Los beneficiarios directos son los productores, pues el hecho de estar asociados formalmente les facilitará el gestionar y recibir capacitaciones por parte de las instituciones gubernamentales y de ONGs, sobre el manejo agroecológico y los SPG. Además, conseguirán mejorar sus ingresos, a través de los circuitos de proximidad “venta por canastas y restaurantes”.

El análisis de los circuitos cortos de comercialización realizado por Peñaherrera, 2018. Muestra los costos de producción de los cultivos de papa y hortalizas Anexo, 7. En el cual observamos las relaciones de beneficio costo, entre los circuitos de proximidad: venta por canastas, venta a restaurantes; además, compara los costos de producción del manejo convencional adquirido a través de los intermediarios.

En gráfica, 30 observamos un incremento en la tendencia de la relación beneficio costo, que podrían alcanzar los productores, aplicando la producción agroecológica con SPG, lo cual mejoraría sus ingresos y concomitantemente su calidad de vida y la de su familia, generando adicionalmente externalidades positivas en la sociedad, pues, contribuiría a fortalecer la economía social y solidaria, debido a que los socios de la Organización trabajaría con valores y principios, a través de estos circuitos de comercialización, tienen la oportunidad de transmitir y compartir su trabajo, esfuerzo, conocimientos y saberes; de esta forma contribuyen a crear una sociedad más justa, equitativa, saludable y solidaria con los consumidores finales y con el ambiente.

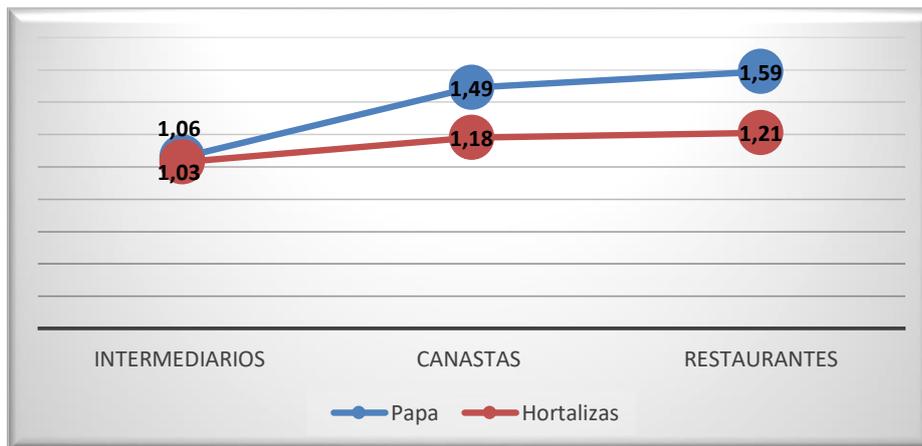


Gráfico 30. Tendencia de la relación beneficio costo con circuitos de proximidad

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Peñaherrera, 2018.

CAPÍTULO III

PRODUCTO/RESULTADO

ESQUEMA PARA CONFORMAR UNA RED DE COMERCIALIZACIÓN SOLIDARIA

Para establecer una red comercialización solidaria, tomando en consideración los circuitos de proximidad “venta a restaurantes y canastas agroecológicas”, se propone inicialmente la integración de tres organizaciones que pertenecen a la AFC y que cuentan con personalidad jurídica y estatutos debidamente registrados en instancias gubernamentales, las cuales son: “San Pedro de Pilopata”, “Fuerza y Trabajo” y “El Porvenir de Romerillos”, dichas organizaciones se encuentran ubicadas en el cantón Mejía, provincia de Pichincha, en diferentes zonas edafoclimáticas, circunstancia que favorece la obtención de diversos productos agropecuarios que se complementan entre sí.

Adicionalmente, la Red estaría conformada por entidades de apoyo como: GAD’s, ONG’s, fundaciones, instituciones gubernamentales; y, por organizaciones de la sociedad civil o consumidores que apoyen, tengan experiencia y deseen contribuir al mejoramiento de la calidad de la producción y consumo de productos agropecuarios.

Es importante indicar que la presente propuesta de conformación en una Red de comercialización solidaria constituye un ejercicio piloto que luego podrá servir de ejemplo y motivará la inclusión de otras organizaciones, a fin de cumplir con lo que determina la legislación correspondiente.

La conformación de la red solidaria se podrá realizar en la forma y condiciones libremente pactadas entre sus integrantes y cuyo esquema sería el siguiente:

Paso 1. Organización y Gobierno de la red

La Red tendrá una estructura organizacional similar a la que tiene una Asociación, por tanto, elegirá de entre sus miembros a los representantes que formarán parte de la Junta General, Junta Directiva, Junta de Vigilancia, Presidente, Secretario y Administrador.

Cada una de las autoridades tendrá las siguientes facultades y obligaciones:

Junta General.- Es la máxima autoridad de la red, está integrada por todos los miembros de las organizaciones, quienes tienen derecho a un voto. Entre las principales atribuciones y deberes están el aprobar y reformar el estatuto social y reglamento interno. Asimismo elegirán y renovarán a los miembros de las Juntas (directiva, vigilancia y administrador) y fijarán las cuotas de admisión y/o aportes a la Red.

Junta Directiva.- Estará integrada por el presidente, secretario y tres vocales elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en el reglamento interno de la Red. Entre las principales atribuciones y deberes están el dictar las normas para el funcionamiento y operación de la Red, además aceptar o rechazar las solicitudes de nuevos integrantes.

Junta de Vigilancia.- Supervisará las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones de la Junta General y la Junta Directiva. Estará integrada por tres vocales principales y sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la Junta General. Las atribuciones y deberes principales de esta Junta son: supervisar los gastos económicos que realiza la Red, vigilar que la contabilidad se encuentre al día y conocer el informe administrativo, financiero y el balance social presentado por el Administrador.

Presidente.- El presidente de la Junta Directiva preside también a la Red de organizaciones y a la Junta General. Entre las principales atribuciones a su cargo están: convocar y presidir las Juntas Generales y sesiones de Junta Directiva; y, firmar conjuntamente con el secretario la documentación de la Red.

Secretario.- Es responsable, principalmente, de elaborar las actas de las sesiones realizadas, así como firmar en conjunto con el presidente la documentación de la red de organizaciones, y de dar fe de la documentación y resoluciones internas.

Administrador.- Es elegido por la Junta General, quien tiene las atribuciones propias de su cargo, como representar legalmente a la red solidaria, administrar ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados.

La dinámica de funcionamiento de la red, es decir, el número de reuniones o asambleas, ordinarias o extraordinarias, constará en los Estatutos y en el Reglamento Interno, así como las demás normas que rijan los deberes y derechos de sus integrantes, los aspectos administrativos y financieros, las sanciones, las causales de disolución o extinción, los procedimientos para implementar los SPG, entre otros temas que sean priorizados por la Junta General de la Red.

Paso 2. Gestor de la producción y comercialización

El administrador tendrá además la responsabilidad de planificar escalonada y eficientemente las siembras, en base a la potencialidad y capacidad de las organizaciones, conforme se presenta en la Tabla 12, y a los requerimientos de los potenciales clientes identificados en los circuitos cortos “venta a restaurantes y canastas agroecológicas”. También coordinará la comercialización de los productos agropecuarios garantizando una relación directa y seria con los clientes y cumpliendo siempre los estándares de calidad; adicionalmente, buscará nuevos circuitos de comercialización para las organizaciones que conforman la red.

La Asociación “San Pedro de Pilopata”, es zona productora de leche, queso, gallinas, miel, huevos y está incursionando en la siembra de papa. En este lugar, se

adaptan muy bien los frutales, los cuales son demandados “por el circuito de proximidad “venta de canastas agroecológicas”.

La Organización “Fuerza y Trabajo” es una zona productora de hortalizas, además produce leche y cuyes como complemento a su ingreso económico.

La Asociación “El Porvenir de Romerillos” es la mayor productora de papa, en relación a las demás organizaciones, además cultiva cebolla blanca, habas, mellocos y zanahoria, debido a que se encuentra en una zona alta y fría, donde se desarrollan bien este tipo de cultivos, también producen leche, cuyes y huevos.

Tabla 12. Productos agropecuarios de las organizaciones de AFC

NOMBRE DE LAS ORGANIZACIONES	PRODUCTOS	PRODUCTOS
	AGRÍCOLAS	PECUARIOS
SAN PEDRO DE PILOPATA	Papa	Leche, quesos, huevos, gallinas y miel.
FUERZA Y TRABAJO	Papa, lechuga, nabo, col, cilantro, brócoli, apio, perejil, coliflor, rábano, cebolla paiteña, remolacha y acelga	Leche y cuyes
EL PORVENIR DE ROMERILLOS	Papa, mellocos, cebolla blanca, habas y zanahoria.	Leche, quesos, cuyes y huevos.

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Proyecto INIAP-KOPIA

Paso 3. Empacado y acopio de productos agropecuarios

La coordinación del empacado y acopio será ejecutada por el gestor de la producción y comercialización de la red, ya que es el responsable de negociar con los potenciales clientes. La limpieza y empacado de los productos agropecuarios se lo hará en el mismo lugar de la cosecha, el productor lo realizará en base a las características solicitadas por el gestor, asimismo todos los miembros de cada organización se reunirán en el salón de su comunidad, en donde ordenarán los productos agropecuarios solicitados.

La recepción de los productos la realizará el gestor, quien los revisará y recibirá en el lugar destinado para el acopio, posteriormente los comercializará directamente con los clientes, en la forma y tiempos previamente acordados.

PROCEDIMIENTO PARA LA APLICACIÓN DE LOS SISTEMAS PARTICIPATIVOS DE GARANTÍA

Los SPG constituyen una herramienta que permite establecer acuerdos entre diferentes actores para hacer el seguimiento, evaluación y fortalecimiento de los sistemas productivos agroecológicos de las familias campesinas.

Teniendo como base la información proporcionada por ocho expertos en SPG, quienes fueron entrevistados individualmente y cuya experiencia, de diez años en promedio, en diferentes instituciones públicas y privadas como: Fundaciones CEDAL y HEIFER, Gobierno Provincial de Pichincha, MAG y la Cooperativa Zurciendo Redes y Sabores, las cuales trabajan con Organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina en los cantones Quito, Pedro Moncayo y Cayambe, fue posible establecer un procedimiento que facilite la aplicación concreta de los SPG en una Red de comercialización solidaria.

Es importante indicar que el procedimiento detallado a continuación se respeta y se acopla a la estructura orgánica propuesta para la conformación de la Red, la que agrupa a: asociaciones de productores, instituciones del Estado, ONGs, GAD's, organizaciones de la sociedad civil y consumidores.

1. Cumplimiento de los componentes, principios y normas de los subsistemas agroecológicos

La Junta Directiva de la Red de comercialización solidaria, a más de las atribuciones y responsabilidades previstas, tomará decisiones en función al cumplimiento de los componentes, principios y normas de los subsistemas agroecológicos presentados en el Anexo 6, a fin de garantizar la implementación de los Sistemas Participativos de Garantía.

En el seno de la Junta General y de la Junta Directiva se tendrá presente que la normativa agroecológica debe adaptarse a las condiciones locales (socio-culturales), basarse en la recuperación de saberes y semillas locales, respetando la cosmovisión y la concepción relativa a la fertilidad, a las prácticas culturales y a la diversidad de productos.

A continuación detallamos las principales funciones adicionales de los representantes de la Junta Directiva de la red de comercialización solidaria:

- Aprobar las normas y reglamentos basados en la producción agroecológica y SPG.
- Tomar decisiones que correspondan al manejo agroecológico y funcionamiento de los SPG.
- Aprobar la formación como veedores a los representantes propuestos por las distintas organizaciones.
- Aprobar el ingreso de nuevas organizaciones a la Red.

2. Creación de una Comisión Técnica

Para crear esta comisión se propone la participación de técnicos de instituciones del Estado como el INIAP y MAG, con conocimientos y experiencia sobre producción agroecológica y SPG, debido a que dentro de sus competencias, estará la transferencia de tecnología a pequeños y medianos agricultores. Este personal técnico capacitado, realizará las siguientes funciones:

- Capacitación a los veedores sobre producción agroecológica y SPG.
- Participar en visitas cruzadas de seguimiento a las fincas de productores.
- Emitir informes y recomendaciones al Comité de Ética.
- Gestionar la información y comunicar a la Junta Directiva de la red, sobre temas relacionados con el incumplimiento de la normativa agroecológica.
- Receptar denuncias, necesidades y recomendaciones de las Organizaciones que conformarán la Red.
- Coordinar y apoyar al Administrador de la Red para lograr una eficiente gestión de la comercialización a través de los circuitos de proximidad.

3. Designación de Veedores

Los veedores son representantes de las Organizaciones participantes en la Red, quienes se han especializado en producción agroecológica y SPG, mediante jornadas de capacitación, en las que se adiestran sobre todo en temas de observación e inspección, bajo siete subsistemas: familia, agroforestería, suelo, cultivo, pecuario, riego, comercialización y transformación.

Los veedores son responsables de las inspecciones y evaluaciones a las parcelas, para ello cuentan con instrumentos que permiten dar una valoración a cada una según su evolución. La metodología de evaluación se presenta en el Anexo N° 5. A continuación se detallan las etapas de evolución que se pueden presentar, las cuales son valoradas sobre 100 puntos:

- Etapa inicial – carné rojo.- Parcelas o fincas que no sobrepasan los 50 puntos.
- Etapa de transición – carné naranja.- Para las fincas o parcelas que van desde los 51 a los 69 puntos.
- Sello de certificación agroecológica – carné verde.- Fincas o parcelas que alcanzan puntajes superiores a 70.

Además de realizar los procesos de inspección a fincas, los veedores realizan un informe, en el que adjuntarán como sustento las fichas de evaluación y fotografías de las parcelas.

4. Constitución del Comité de Ética

En el caso de estudio, el Comité de Ética estará constituido por representantes de las instituciones KOPIA - Ecuador, GAD de Mejía y Culinary Arts School; los cuales serán la última instancia para proporcionar la acreditación (producción convencional, proceso de transición o producción agroecológica) de acuerdo al estado actual en que se encuentren las fincas o parcelas de los productores de las Organizaciones que conformarán la Red, avalando de esta forma la transparencia del proceso.

Las principales funciones de este Comité las detallamos a continuación:

- Solicitar información adicional en el caso de que lo considere necesario.
- Coordinar las visitas cruzadas de seguimiento a las fincas o parcelas de productores, en coordinación con el Comité Técnico.
- Revisión y aprobación del informe elaborado por el Comité Técnico.
- Pronunciamiento final respecto a la etapa de evolución agroecológica en la que se encuentra la finca o parcela de los miembros de las Organizaciones. Emitir un carné que avale la etapa en la que se encuentra la finca del productor.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

A fin de dar cumplimiento al objetivo general de la investigación, se elaboró una propuesta en la cual se deja constancia de que los Sistemas Participativos de Garantía sirven de base para conformar una Red de producción y comercialización solidaria que garantiza la calidad de productos cultivados por los socios de las organizaciones y tiende a crear un ambiente de confianza entre los consumidores.

Con respecto al primer objetivo específico, se realizó un diagnóstico situacional a los miembros de las tres Organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina que trabajan en el cantón Mejía, lo cual permitió conocer los entornos internos y externos de las organizaciones; así como su sistema de producción y comercialización actual. Con los datos obtenidos fue posible establecer la oferta de productos agropecuarios de estas organizaciones.

En referencia al segundo objetivo específico, en la base a la información levantada mediante encuestas, fue posible establecer la demanda de productos agroecológicos que podrían ser satisfechos por las Organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina, mediante la red de producción y comercialización solidaria, considerando los circuitos de proximidad “venta a restaurantes” y “canastas agroecológicas”. Respecto al circuito “venta a restaurantes” se concluye que las organizaciones que conformaría la Red están en posibilidad de proveer el 31,82% de la demanda de papa requerida por los restaurantes.

En el caso del circuito “canastas agroecológicas”, fue posible determinar que el 55% de los estudiantes Chef del Instituto Culinary Arts School prefiere canastas económicas y el 45% canastas estándar, los cuales estarían dispuestos a adquirir a un precio fijo de \$ 18.00 y \$ 24.00 respectivamente.

Con respecto al tercer objetivo específico: se diseñó el esquema para conformar una Red de producción y comercialización entre Organizaciones preseleccionadas del cantón Mejía.

El cuarto objetivo específico de la investigación fue cumplido, puesto que se elaboró un procedimiento que permitirá la aplicación de los Sistemas Participativos de Garantía en la Red, a fin de avalar la calidad de los productos cultivados por cada uno de los productores e incrementar la confianza en los consumidores.

Se evidenció que los circuitos de proximidad venta por “canastas y restaurantes” mejora los ingresos y concomitantemente su calidad de vida y la de su familia, generando adicionalmente externalidades positivas en la sociedad, pues, contribuiría a fortalecer la economía social y solidaria.

Recomendaciones

Es necesario reforzar en los potenciales clientes de los circuitos de proximidad, “venta a restaurante y canastas agroecológicas”, la importancia de la Agroecología y los Sistemas de Participación de Garantía, debido a la escasa información sobre estos temas.

Elaborar un plan operativo de producción agroecológica, para cumplir con la demanda insatisfecha del circuito de proximidad “venta a restaurantes”.

Las organizaciones que conformarán la red, deberán suscribir convenios con los potenciales clientes del circuito de proximidad “venta a restaurantes y canastas ecológicas”, a fin de asegurar la producción y comercialización solidaria.

BIBLIOGRAFÍA

- Agroecología. (2015). Construyendo Soberanía Alimentaria en Euskal Herria.
<http://bizilur.eus/wp-content/uploads/2016/01/AGROECOLOGIA.pdf>.
- Asamblea Cosntituyente. (11 de 11 de 2008). Constitución de la República del Ecuador.
http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- AVSF. (2014). Agrónomo Veterinarios Sin Fronteras. Obtenido de Agroecología y circuitos cortos en Ecuador:
https://www.avsf.org/public/posts/1644/fi_inovacion_agroecologia_ecuador_avsf_2014.pdf
- Brym. (2016). Agroecological Principles from a Bibliographic Analysis of the Term Agroecology.
- BSAS. (18 de 11 de 2017). ¿ Qué es un Sistema Participativo de Garantía? Obtenido de Archivo de video: <https://www.youtube.com/watch?v=3R1XEHaOLiY>
- Calero, F. (2015). Los Sistemas Participativos de Garantía en el fomento de la producción agroecológica y su aporte al desarrollo del capital social en el cantón Cuenca. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/5633>
- CEPAL. (2014). Agricultura familiar, Nuevos esquemas de producción. Santiago, Chile. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36832/1/S2014307_es.pdf
- CEPAL. (2015). Cómo vender en los circuitos cortos, desafíos y oportunidades para la agricultura familiar campesina. (Rimisp, Ed.) Santiago, Chile, Chile: CEPAL.

CEPAL. (2018). La agricultura familiar tiene un rol clave en la seguridad alimentaria de América Latina y el Caribe. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/la-agricultura-familiar-tiene-un-rol-clave-la-seguridad-alimentaria-america-latina>

CEPAL-FAO-IICA. (2014). Fomento de circuitos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar. BOLETÍN CEPAL-FAO-IICA, 14. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37152/1/S1420696_es.pdf

CIDSE. (2018). Los Principios de la Agroecología. Bruselas: Valentina Pavarotti. Obtenido de file:///C:/Users/CRISTHIAN/OneDrive/Documentos/TESIS%20CRISTHIAN/Bibliografía%20para%20la%20Tesis/SPG/es_los_principios_de_la_agroecologia_cidse_2018.pdf

CIP. (2017). Escuela de negocio agricultores en un mundo cambiante. Un manual sensibles al género y climáticamente inteligente para el fortalecimiento de la capacidad empresarial agricultor. Centro Internacional de la Papa. Lima, Perú. Obtenido de <file:///C:/Users/CRISTHIAN/Downloads/RTB-FoodSTART-Farmer-Business-Schools-in-a-Changing%20World-Vol-1and2.pdf>

CIP. (2017). Farmer Escuelas de negocios en un mundo cambiante: Un manual sensibles al género y climáticamente inteligente para el fortalecimiento de la capacidad empresarial agricultor. Lima, Perú.

Colin, A. P. (2015). Construir, defender y fortalecer la agroecología. Una lucha mundial por la soberanía alimentaria. Obtenido de <http://www.agroecologynow.com/wp-content/uploads/2015/05/Farming-Matters-Agroecology-Special-ES.pdf>

- Coraggio, J. L. (17 de 05 de 2016). La Economía social como vía para otro desarrollo social. Obtenido de Red de políticas sociales: www.urbared.ungs.edu.ar
- Denzin, & Lincoln. (1994). Estrategias de Investigación Cualitativa. Barcelona, España. Obtenido de <http://jbposgrado.org/icuali/investigacion%20cualitativa.pdf>
- ECOAGRICULTOR. (2018). Agricultura y Consumo Ecológica. Obtenido de Sistema de Participación de Garantía: <https://www.ecoagricultor.com/sistemas-participativos-de-garantia-spg/>
- ECOVIDA. (2014). Rede de Agroecología. Obtenido de Historia de participación de la red en el marco regulatorio de la ley federal: <http://ecovida.org.br/certificacao/>
- FAO. (15 de 02 de 2014). ¿Qué es la agricultura familiar? Obtenido de Año internacional de la agricultura familiar: <http://www.fao.org/family-farming-2014/home/what-is-family-farming/es/>
- FAO. (2018). Agricultura familiar y sistemas alimentarios inclusivos para el desarrollo rural sostenible. Erradicar el hambre y la pobreza para empoderar al sector rural. Obtenido de <http://www.fao.org/americas/prioridades/agricultura-familiar/es/>
- FAO. (2018). Centro de conocimientos sobre agroecología y derecho a la alimentación . Obtenido de <http://www.fao.org/agroecology/knowledge/10-elements/es/>
- FAO. (2018). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Obtenido de Circuitos Cortos de Comercialización: una mirada desde el enfoque territorial: <http://www.fao.org/in-action/territorios-inteligentes/articulos/colaboraciones/detalle/es/c/410218/>

FAO. (2019). Plataforma de conocimientos sobre agricultura familiar. Obtenido de Caracterización de la agricultura familiar campesina: <http://www.fao.org/family-farming/detail/es/c/340019/>

Foro Internacional de Agroecología. (2015). Declaración del Foro Internacional de Agroecología - Nyéléni, Mali. Obtenido de <http://www.foodsovereignty.org/wp-content/uploads/2015/02/ES-Declaraci%C3%B3n-del-Foro-Internacional-sobre-Agroecolog%C3%ADa-2015.pdf>

Gómez. (2015). LAS BASES EPISTEMOLÓGICAS DE LA AGROECOLOGÍA Sistema de Información Científica Redalyc. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30241188007>

Gómez. (2017). Gómez Echeverri, Luis Fernando; Ríos Osorio, Leonardo; Eschenhagen Durán, María Luisa Propuesta de unos principios generales para la ciencia de la agroecología: una reflexión Revista Lasallista de Investigación. Corporación Universitaria Lasallista. Antioquia, Colombia. doi:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69553551020>

Herrera Luis, M. A. (2004). Tutoría de la Investigación Científica . Ambato: Gráficas Corona Quito.

IFOAM. (2016). Reconocimiento Ifoam PSG. Obtenido de Cultivating Change: <https://www.ifoam.bio/en/ifoam-pgs-recognition>

IFOAM. (2017). India: a new organic regulation. USPG, 5. Obtenido de https://www.ifoam.bio/sites/default/files/pgs_newsletter_nov-dec_2017.pdf

IFOAM. (2018). Fundamentos de SPG. Obtenido de Cultivating Change: <https://www.ifoam.bio/en/pgs-basics>

- IICA. (2013). Orientaciones Estratégicas para el Fortalecimiento de la Gestión Asociativa. El Salvador: Daniel Rodríguez Sáenz. Obtenido de <http://repiica.iica.int/docs/B3246e/B3246e.pdf>
- IICA. (2016). Circuitos cortos de comercialización. San José de Costa Rica .
- IICA. (2016). Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. La agricultura familiar en las Américas: principios y conceptos que guían la cooperación técnica del IICA:. San Jose, Costa Rica. Obtenido de <http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/2609/1/BVE17038696e.pdf>
- INFOAM. (2017). Activism for food sovereignty in Italy: Valorizing Horizontal and Personal Contacts in Participatory Certification systems. The Global, Updates on Participatory Guarantee Systems worldwide, Newsletter, 5. Obtenido de https://www.ifoam.bio/sites/default/files/pgs_newsletter_sept-oct_2017_draft_2.pdf
- INFOAM. (2017). India: a new organic regulation. USPG, 5. Obtenido de https://www.ifoam.bio/sites/default/files/pgs_newsletter_nov-dec_2017.pdf
- INFOAM. (2018). Cultivating Change. Obtenido de SISTEMAS DE GARANTÍA PARTICIPATIVA : <https://www.ifoam.bio/en/pgs-updates>
- INFOAM. (2018). Red de Mercados agroecológicos de bogotá-Región: Towards sustainable agrifood systems in Colombia. Updates on Participatory Guarantee Systems worldwide, 2.
- INIAP-KOPIA. (2018). Incremento de la productividad en la sierra altoandina ecuatoriana a través de procesos de producción de semilla de papa de calidad y fortalecimiento agroempresarial. Quito.
- Jaramillo, P. (2015). Diseño de estrategias comunicacionales de relaciones públicas, difusión, y promoción de circuitos alternativos de comercialización de productos provenientes de la agricultura familiar

campesina, para la coordinación de redes comerciales del Magap. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/2782>

Kaufmann, S. & Vogl, C. (2017). Participatory Guarantee Systems (PGS) in Mexico: a theoretic ideal or everyday practice? *Agric Hum Values*. doi:<https://doi.org/10.1007/s10460-017-9844-2>

Letras Verdes. (2017). LETRAS VERDES. *Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, 140. Obtenido de <http://revistas.flacsoandes.edu.ec/letrasverdes/article/view/2679/1908>

MAGAP. (2014). Creación de sellos de calidad para productos. Obtenido de file:///C:/Users/CRISTHIAN/OneDrive/Documentos/TESIS%20CRISTHIAN/Bibliografía%20para%20la%20Tesis/Bibliografía%20Tesis%20CT/Tesis_Citas/creacion_sellos_calidad_productos_pequenos_productores_magap_avsf_2014.pdf

MAGAP. (2019). Ministerio de Agricultura y Ganadería . Obtenido de *Redes Comerciales*: <https://www.agricultura.gob.ec/redes-comerciales/>

Naciones Unidas . (2018). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/biodiversity/>

Nelson, E., Tovar, G., Gueguen, S., Humphries, K., & Rindermann, L. y. (2016). Certificación orgánica participativa en México: un enfoque alternativo para mantener la integridad de la etiqueta orgánica. *Agricultura y valores humanos* (27): 227–237. México. doi:<https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10460-017-9844-2>

Netquest. (27 de 03 de 2013). Muestreo no probabilístico: muestreo por bola de nieve. Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-bola-nieve>

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. (2017-2021). *Proyecto Nacional de Desarrollo Toda una Vida*. Obtenido de

<https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/EcuadorPlanNacionalTodaUnaVida20172021.pdf>

Pumisacho, M., & José, V. (2009). Manual del Cultivo de Papa Para Pequeños Productores INIAP-COSUDE. Quito.

Peñaherrera, D. 2018. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LOS TIPOS DE CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN DE AGRICULTURA FAMILIAR. CASO DE ESTUDIO ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA FUERZA Y TRABAJO DE LA PARROQUIA DE MACHACHI. Trabajo de Titulación previo a la obtención del Grado de Magister en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria.

Red de Mercados Agroecológicos. (2019). Red de Mercados agroecológicos de bogotá-Región. Obtenido de Copyright :
<http://redmercadosagroecologicosbogota.co/home/participa/>

Roberto Hernández Sampieri, C. F. (1991). Metodología de la Investigación . México: MCGRAW-HILL.

Schettini, Patricia. (04 de 12 de 2015). El Grupo de Discusión como generador de Discurso Social - Revistas digital de la Universidad de la Plata . Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:_0YM7H5-cjKJ:revistas.uach.cl/index.php/racs/article/download/950/962/%2B%26cd=1%26hl=es-419%26ct=clnk%26gl=ec

SEPS . (24 de 07 de 2016). Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria . Obtenido de ¿Qué es la economía popular y solidaria?:
<http://www.seps.gob.ec/noticia?que-es-la-economia-popular-y-solidaria-eps-#>

SPG MURCIA. (04 de 10 de 2014). Vecinos Campecos. Obtenido de SISTEMA PARTICIPATIVO DE GARANTÍA DE PEQUEÑOS PRODUCTORES Y

CONSUMIDORES AGROECOLÓGICOS DE LA REGIÓN DE MURCIA: <https://spgmurcia.wordpress.com/que-es-el-spg/>

TRIAS. (2017). Planificación de la Gestión Socio-empresarial. . Riobamba, Ecuador. Obtenido de <https://www.trias.ngo/en/about-trias>

Valle, L. M. (1 de 6 de 2013). LA Agricultura Familiar en el Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta de diagnóstico situacional de los miembros de las Organizaciones de la Agricultura Familiar Campesina

Nombre del productor:

1. Género:

Hombre

Mujer

2. Edad

15- 20

21- 30

31-40

41-50

51-60

61-70

Más de 71

3. Nivel de educación

No tiene

Programa de alfabetización

Primaria incompleta

Primaria terminada

Secundaria incompleta

Secundaria terminada

Universidad incompleta

Universidad completa

4. ¿Número de personas que dependen de usted?

1

2 a 3

4 a 5

Más de 5

5. ¿Qué extensión de terreno tiene?

Menos de 1 ha

1-2 ha

3-4 ha

Más de 4 ha

6. ¿Cuál es su principal actividad Agroproductiva, en porcentaje (%)? El total debe dar 100%

Agrícola *en* % _____

Pecuario *en* % _____

Transformación de productos *en %* _____

7. ¿Qué actividades complementarias realiza?

- Construcción
- Presta mano
- Empleada doméstica
- Carpintería
- Mecánica
- Comerciante
- Artesanal
- Otros (.....)

8. ¿Cuál es la principal fuente de sus ingresos?

- Venta de productos agrícolas
- Venta de productos pecuarios
- Venta de productos transformados
- Servicios de actividades complementarias
- Otros (.....)

9. ¿Cuál es su ingreso familiar promedio mensual?

- Menos 387 USD
- 400- 500 USD
- 501- 600 USD
- 601- 700 USD
- 701- 800 USD
- 801- 900 USD
- 901- 1000 USD
- Más de 1000 USD

10. ¿Qué rubros pecuarios son importantes para su economía?

- Leche
- Cuyes
- Pollos
- Ovejas
- Cabras
- Conejos
- Canchos
- Llamas
- Ganado de pie
- Huevos
- Queso
- Miel de abaja
- Otros (.....)

11. ¿Semestralmente cuál es el ingreso neto alcanzado por la venta leche?

- 601-800 USD

801-1000 USD

Más de 1000 USD

12. ¿Cuál es la percepción que tiene sobre la calidad de los productos que produce?

Son productos frescos

Son agroecológicos

Los precios de venta son cómodos

Tienen un buen aspecto

Tienen un buen sabor

Otros (.....)

13. ¿Qué perspectiva tiene para determinar la causa de los bajos precios de la leche vendida en finca?

Porque la mayoría de los productos son comprados por el intermediario a precios bajos

Sobreoferta de producto en el mercado

No se dispone de espacios alternativos para vender directamente al consumidor

Porque la gente prefiere comprar volumen más que calidad

En los espacios de venta competimos con otros productores e intermediarios

Dificultad de conseguir transporte para llevar el producto a la venta

Otros (.....)

14. ¿Qué perspectiva tiene en relación al ingreso obtenido por la venta de leche?

Tengo ganancias del 5%

Tengo ganancias del 10%

Tengo ganancias del 20%

Tengo ganancias del 30%

Tengo ganancias del 40%

Tengo ganancias del 50%

Tengo ganancias del 100%

15. ¿Qué rubros agrícolas son importantes para su economía?

Papa

Cebolla Larga

Mellocos

Habas

Zanahoria

Rábanos

Acelga

Brócoli

Remolacha

Col morada

Col blanca

Coliflor

- Lechuga
- Apio
- Cilantro
- Perejil
- Otros (.....)

16. ¿Semestralmente cuál es el ingreso neto alcanzado por la venta de papa?

- 601-800 USD
- 801-1000 USD
- Más de 1000 USD

17. ¿Cuál es la percepción que tiene sobre la calidad de los productos que cultiva?

- Son productos frescos
- Son agroecológicos
- Los precios de venta son cómodos
- Tienen un buen aspecto
- Tienen un buen sabor
- Otros (.....)

18. ¿Qué perspectiva tiene para determinar la causa de los bajos precios de la papa vendida en finca?

- Porque la mayoría de los productos son comprados por el intermediario a precios bajos
- Sobreoferta de producto en el mercado
- No se dispone de espacios alternativos para vender directamente al consumidor
- Porque la gente prefiere comprar volumen más que calidad
- En los espacios de venta competimos con otros productores e intermediarios
- La gente no paga lo que se establece como precio referencial
- Los consumidores no pagan a tiempo lo que se les entrega
- Dificultad de conseguir transporte para llevar el producto a la venta
- Falta de promoción nutricional y comercial
- Otros (.....)

19. ¿Qué perspectiva tiene en relación al ingreso obtenido por la venta de leche?

- Tengo ganancias del 5%
- Tengo ganancias del 10%
- Tengo ganancias del 20%
- Tengo ganancias del 30%
- Tengo ganancias del 40%
- Tengo ganancias del 50%
- Tengo ganancias del 100%

20. ¿En qué utiliza las ganancias que obtiene vendiendo sus productos?

- Reinversión productiva (semillas, fertilizantes, y otros)
- Compra de alimentos para consumir con la familia
- Mejoramiento de la vivienda
- Educación de los hijos
- Pago de deudas
- Otros (.....)

21. ¿Con las cantidades de productos que Ustedes producen en qué tipo de Circuitos Cortos podrían incursionar?

- Venta a restaurantes
- Venta directa a supermercados
- Entrega a domicilio
- Venta anticipada
- Venta por internet
- Venta al sector público por medio de compras publicas
- Consumo directo en la explotación (agroturismo)
- Venta por canastas
- Venta en ferias agroecológicas
- Otros (.....)

22. ¿Usted tiene disponibilidad de una computadora e internet en su casa?

- SI
- NO

23. ¿Le gustaría ser capacitado en temas de venta por internet o utilizando aplicaciones telefónicas?

- SI
- NO

Anexo 2. Encuesta a restaurantes de la ciudad de Quito

Somos productores de las Organizaciones que pertenecen a la “Agricultura Familiar Campesina”. Estamos ubicados en los cantón Mejía de la provincia de Pichincha. Cultivamos productos agroecológicos de calidad, los cuales ponemos a su disposición. Por favor nos podría facilitar 10 minutos de su tiempo para realizar la siguiente encuesta que facilite planificar nuestra producción en base a su requerimiento:

Nombre del Restaurante:	
Dirección:	
Teléfono:	Celular:
Correo electrónico:	

1. ¿Actualmente donde compra sus productos agropecuarios?

Supermercados	<input type="checkbox"/>
Mercados mayoristas	<input type="checkbox"/>
Mercados minoristas	<input type="checkbox"/>
Bioferias	<input type="checkbox"/>
Tiendas del barrio	<input type="checkbox"/>
Otros (.....)	<input type="checkbox"/>

2. ¿Conoce usted la diferencia entre productos agroecológicos y productos agrícolas convencionales?

Sí No

3. ¿Estaría dispuesto a visitar los lotes de las Organizaciones, para que usted verifique y constate si los productos son agroecológicos?

Si No

4. ¿Estaría dispuesto a comprar los productos agroecológicos que nuestras Organizaciones ofertan en un precio fijo y justo?

Si No

5. Si la respuesta es positiva ¿Cuál sería la frecuencia de compra de los productos agroecológica?

Semanal Quincenal Mensual

6. ¿Cuáles son las cantidades y presentaciones de los productos agroecológicos que compra usted para su negocio?

	¿Indique cuáles son las cantidades de	¿Escriba cuál es la presentación del
--	--	---

Productos	productos que requiere para su negocio?	producto que usted adquiere? (kg, atados, quintales entre otros)
Papa		
Cebolla Larga		
Zanahoria		
Habas		
Mellocos		
Lechuga		
Col		
Brócoli		
Coliflor		
Rábano		
Apio		
Rábano		
Apio		
Cilantro		
Perejil		
Nabo		
Chocho		
Otros ()		

Anexo 3. Encuesta a estudiantes del Instituto Culinary Arts School

Soy estudiante de la Maestría en Administración de las Organizaciones de la Economía Social y Solidaria, estoy realizando el tema de tesis “**SISTEMAS PARTICIPATIVOS DE GARANTÍA COMO BASE DE UNA RED DE COMERCIALIZACIÓN SOLIDARIA, APLICADOS A ORGANIZACIONES DE LA AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA**”. Estamos trabajando con tres asociaciones de Productores del cantón Machachi, cultivando productos agroecológicos los cuales ponemos a su disposición. Por favor nos podría facilitar 10 minutos de su tiempo para realizar la siguiente encuesta que facilite planificar nuestra producción en base a su requerimiento:

Nombre:

Edad: hasta 20 21-25 26-30 31-35 36-45
46 o más

Género: Masculino Femenino

Nivel de educación: Primaria Secundaria Universidad
Maestría Otros

Correo electrónico:

Celular:

1. ¿Cuántos miembros de la familia dependen de usted?

1 a 2 personas
3 a 5 personas
Más de 5 personas

2. ¿Actualmente donde compra sus hortalizas?

Supermercados
Mercados mayoristas
Mercados minoristas
Bioferias
Tiendas del barrio
Otros (.....)

3. ¿Conoce usted la diferencia entre productos agroecológicos y productos agrícolas convencionales?

Sí No

4. ¿Le gustaría adquirir productos agroecológicos de calidad que ofrece las organizaciones a través de las canastas?

Si No

5. Si la respuesta es positiva ¿Cuál sería la frecuencia de compra de la canasta agroecológica?

Semanal Quincenal Mensual

6. ¿Cuál de estas canastas agroecológicas escogería en base a su necesidad familiar y económica?

C	CANASTA STADAR		1
	Producto	Cantidad	Unidad
1	Papas lavadas	3	kg
2	Tomate Riñón	2	kg
3	Cebolla colorada	1	kg
4	Cebolla blanca	1	atado
5	Pimiento verde	1	lb
6	Lechuga (repollo)	1	unidad
7	Lechuga crespita	1	unidad
8	Brócoli	1	unidad
9	Zanahoria	1	kg
10	Col (pequeña)	1	unidad
11	Coliflor	1	unidad
12	Remolacha	1	atado
13	Rabano	1	atado
14	Acelga	1	atado
15	Hierbita (culantro, apio, perejil)	1	atado
16	Arveja	1	lb
17	Haba	1	lb
18	Ajo	1	atado
19	Tomate de árbol	10	unidad
20	Fresa	1	lb
21	Mora	1	lb
22	Uvilla	1	lb
23	Limón	10	unidades
24	Queso tierno (250g)	1	unidad
USD \$ 25			

Nº	CANASTA ECONÓMICA		2
	Producto	Cantidad	Unidad
1	Papas lavadas	2	kg
2	Tomate Riñón	1	kg
3	Cebolla colorada	0,5	kg
4	Cebolla blanca	0,5	atado
5	Pimiento verde	0,5	lb
6	Lechuga (repollo)	1	unidad
7	Brócoli	1	unidad
8	Zanahoria	0,5	kg
9	Col (pequeña)	1	unidad
10	coliflor	1	unidad
11	Rabano	1	atado
12	Ajo	1	atado
13	arveja	1	lb
14	Haba	1	lb
15	Hierbita (culantro, apio, perejil)	1	atado
16	Tomate de árbol	10	unidad
17	Fresa	1	lb
18	Mora	1	lb
19	Uvilla	1	lb
20	Limón	10	unidades
21	Queso tierno (250g)	1/2	unidad
USD \$ 18			

7. ¿Cuáles de estos productos adicionales que producen las organizaciones le gustaría adquirir en la canasta?

PRODUCTO	Valor USD	Marque X		Cantidad	Frecuencia (Marque con una x)		
		Si	No		Semanal	Quincenal	Mensual
Cuy pelado (700g) aliñado	10						
Gallina criolla pelada (2 kg)	10						
Cubeta de huevos criollos	6						
Chochos (1 lb)	1						

Anexo 4. Entrevista a expertos en Sistema Participativos de Garantía

1. ¿En base a su experiencia qué es un SPG?

- Es una herramienta que permite definir acuerdos entre diferentes actores, para poder hacer el seguimiento, evaluación y fortalecimiento de sistemas productivos agroecológicos de familias campesinas.
- Es un sistema que no requiere de una tercera parte para dar una calificación o dar una garantía de los productos al consumidor. Normalmente un SPG se forma dentro de una organización la cual se encarga de garantizar a sus propios miembros y clientes su procedencia.
- Es una herramienta idónea para garantizar la calidad de los productos cultivados, comercializados directamente entre el productor y consumidor, a través de los circuitos de proximidad, entre ellos venta en bioferias, canastas y restaurantes. Además la finalidad, es no deteriorar el medio ambiente.

2. ¿Cómo está conformado un SPG?

- Su conformación se realiza de forma participativa, entre representantes de productores, consumidores, ONGs, técnicos de instituciones del Estado y Universidades, sin que sea necesario que sean certificados por empresas de tercera parte, debido a que tienen muchos problemas desde el enfoque social y altos costos para la certificación. Para conformar un SPG se debe realizar las siguientes actividades:
- Capacitar a los productores de las organizaciones de la AFC en temas protocolarios sobre producción agroecológica.
- Seleccionar a los mejores productores para que sigan un curso de 6 meses, sobre los SPG y puedan graduarse como veedores.
- Formar un comité técnico para revisar los informes de veeduría.
- Conformar un comité de ética para emitir los resultados y dar las acreditaciones.

Para la capacitación a los productores de las organizaciones, se debe realizar una evaluación de sus conocimientos iniciales, para en lo posterior, capacitar en

forma participativa en el manejo de subsistemas de la producción agroecología en parcela y finalmente evaluar sus conocimientos y escoger a los mejores productores para que se formen como veedores.

Los veedores son promotores que se han especializado en los SPG, bajo jornadas de capacitación, en las que se adiestran sobre todo en temas de observación e inspección de parcelas agroecológicas bajo siete subsistemas: familia, agroforestería, suelo, cultivo, pecuario, riego, comercialización y transformación. En ese sentido, los veedores hacen inspecciones con instrumentos que tienen una valoración, que al final va a indicar en que proceso se encuentra la parcela. En el caso las parcelas que no sobrepasan los 50 puntos, se encuentran en etapa inicial y se identifican con un carnet rojo, para las parcelas que van desde los 51 – 69 puntos se encuentran en transición, se les dará un carnet tomate y a las parcelas que alcanzan puntaje superiores a los 70, obtienen la certificación agroecológica y se les otorga un carnet verde. Además de realizar los procesos de inspección a fincas, los veedores realizan un informe, en los que adjuntan las fichas de la evaluación y fotografías de las parcelas.

El comité técnico puede estar conformado por instituciones de apoyo como; ONGs, técnicos de instituciones del Estado, universidades, clientes etc, que tengan experiencia en la producción agroecológica, quienes hacen una revisión de los informes, fichas técnicas y fotografías enviados por los veedores de todas las parcelas evaluadas, para elaborar un informe final, que va al comité de ética para su respectivo aval.

El comité de ética debe estar conformado con autoridades de gobiernos municipales, ONGs e instituciones de apoyo. Esta entidad es la última instancia y la que proporciona la acreditación de acuerdo a su nivel inicial, transición o agroecológico de las parcelas.

3. **¿Cuáles son las ventajas de trabajar con un SPG?**

- Nos permite reconocer el origen y la aplicación de los sistemas productivos agroecológicos, dando valor al trabajo del campesino, además garantizando a los consumidores la calidad y procedencia del producto.
- A nivel productivo es un instrumento muy importante, debido a que se realiza el seguimiento a las parcelas de los productores, por lo cual, no solo es una herramienta de control, sino de fomento a la producción agroecológica a diferentes personas.
- Puede manejarse como una alternativa de política pública diferenciada, para poder ubicar espacios para la comercialización de productos agroecológicos. Además es una herramienta que permite el fortalecimiento organizativo, consolidando la estructura organizativa de producción, comercialización y consumo agroecológico.
- Presentan ventajas progresivas integrando a las parcelas a subsistemas agroecológicos, lo que conlleva a transformarlas en escenarios con condiciones amigables con la naturaleza, además rescata toda la sabiduría ancestral del campesino´
- La agroecología tiene grandes principios, a diferencia de la producción orgánica que solo se basa en la certificación de productos. Pues esta construye un proceso, que fortalece la participación de varios actores, no solo de la empresa que va a visitar y hacer la evaluación, si no que promueve un sistema de varios actores que van asumiendo responsabilidades.
- Las organizaciones pueden obtener la autorregulación de los SPG a bajos costos, en relación a las empresas certificadoras de la producción orgánica que tienen precios fuera del alcance de los campesinos.
- Permite que las organizaciones hagan un sistema de redes de producción y comercialización, a través de las bioferias y las canastas, obteniendo un sello social y de garantía, que les resguarde la producción agroecológica.
- A través del SPG se pueden tejer lazos entre productores y consumidores, bajo niveles de confianza, es decir que los consumidores apostarían su compra bajo la garantía de los mismos productos.

4. **¿Cuáles son las desventajas de un SPG?**

- Los SPG son sistemas de procesos locales con bastantes variaciones, asimismo es una herramienta que involucra la parte social, llevando a un plano de política pública, donde presenta complicaciones para consolidarse, debido a que no tiene una normativa estatal pública que la respalde.
- Actualmente no son reconocidos por el Estado. Agrocalidad institución rectora de procesos de certificación, años atrás intento consolidar un SPG a nivel nacional, sin embargo, cuando quiso reconocer hubo desacuerdos con las partes interesadas, debido a que el proceso se convertía en largos trámites burocráticos, perdiendo la esencia de los principios de la agroecología.
- El consumidor todavía no ha podido entender que son los SPG, debido a que no existe un fomento adecuado de la información que facilite el conocimiento.
- Las personas entran y salen de las organizaciones, provocando inestabilidad dentro de las mismas, además no siempre los líderes están apostando a los SPG, debido a que tienen costumbres enraizadas muy diferentes, dificultando el manejo agroecológico.

5. **¿Cuál es la relación de la Agroecología con los SPG?**

- Los SPG aparecen como una herramienta de evaluación participativa con las organizaciones, para la producción agroecológica, además como respuesta a la certificación empresarial orgánica, la cual presenta algunos criterios en relación a condiciones de mercado y valor agregado. Esta evaluación para obtener la certificación deja fuera a un cúmulo de organizaciones campesinas, debido a que, solo certifica al producto sin considerar la parte social, económica y política de las organizaciones.
- La agroecología es una nueva dimensión del conocimiento basada en la recuperación de saberes y semillas locales, en la cual, se presenta la recuperación de escenarios como la fertilidad, las prácticas culturales y diversidad de productos. Además la familia campesina determina el cambio de la agricultura convencional a la agroecológica. Por lo cual, esta

dimensión tiene una estrecha relación con los subsistemas de la agroecología y los principios de los SPG.

6. **¿Cuáles son los circuitos de proximidad más recomendados para que el SPG funcione adecuadamente?**

- La recomendación para la venta de productos agroecológicos son las bioferias semanales, debido a que el productor puede colocar su producto periódicamente y el consumidor puede acceder permanentemente a estos. Asimismo se puede comercializar a través de canastas, sin embargo, se necesita tener una producción planificada, constante y variedad de productos cultivados.
- En la ciudad de Cuenca existen dentro del mismo mercado, la venta de productos convencionales y agroecológicos. Por esta razón es recomendable crear espacios diferenciados dentro de los mercados locales de la ciudad de Quito.
- La relación del productor-consumidor aplicando los SPG, ha establecido tres formas para comercializar. Una de ellas, cuando el productor deja por un momento el azadón y sale a vender sus productos, sin embargo es una incertidumbre la venta total de los productos expuestos, debido a que varían las cantidades, algunos días pueden vender todo y otros muy poco. En cambio para el circuito de venta por canastas a instituciones públicas y privadas, se puede planificar la siembra de los cultivos, en base a los pedidos semanales, quincenales o mensuales según lo requiera el cliente. Otra forma de comercializar directamente es el trueque, en el cual al final de la venta en las bioferias, ellos realizan el intercambio de sus productos en base a la necesidad en sus hogares.
- Los espacios públicos donde funcionan las bioferias son apoyados por los gobiernos locales, sin ellos no se pueden reflejar el trabajo de comercialización a través de los SPG.

7. ¿Al trabajar con un SPG con organizaciones de AFC en que tiempo se podría poner en práctica?

- El SPG nace de la voluntad de las organizaciones, para cambiar de una producción convencional a una agroecológica. Para lo cual, las organizaciones deben entrar en el proceso de transición. Una vez conocidos y establecidos los procesos que requieren los SPG, pueden llegar a obtener su certificación, entre dos a tres años.
- El tiempo de transición para obtener la certificación depende del grado de contaminación de los suelos y cumplimiento en las instalaciones de los subsistemas agroecológicos.
- Para obtener la certificación agroecológica, los productores de las organizaciones deben tener el interés y la responsabilidad en los procesos para los SPG. Generalmente en un año estarían atravesando todos los procesos de capacitación. La capacitación para los vendedores dura 6 meses a semana seguida, los cuales estarían listos para recién salir a las inspecciones de los lotes, posteriormente en el tiempo de 4 meses se instalarían los diferentes comités técnico y de ética. En el caso de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo, los gobiernos locales han logrado hacer ordenanzas para poder llevar adelante el tema de los SPG, debido a que los gobiernos locales, en especial los municipios tienen la competencia de los espacios públicos para la comercialización y de hecho a través del artículo del COTAC, tienen la exigencia de dotar de infraestructura necesaria, para que se instalen estas bioferias. En ese sentido los productores interesados hacen una solicitud y se inscriben como SPG en el Municipio, en donde está conformado el comité de ética cantonal que preside el Municipio, además el resto de las instituciones integrantes como MAG, ONGs, Universidades y delegados de cada organización.

8. ¿Actualmente las organizaciones cuentan con normativas estatales para la implementación de los SPG?

- Los SPG son certificados por personas de la sociedad, más no de las instituciones del Estado. En la actualidad no existe una normativa estatal,

sin embargo, se han elaborado ordenanzas a nivel de la provincia de Pichincha a favor de la producción agroecológica, vinculada a los SPG. A base de esta normativa la competencia de los gobiernos locales de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo, han realizado dos ordenanzas, donde se establecen la vigencia de los SPG a nivel local. En otros países como Bolivia si existen normativas nacionales sobre SPG, debido a que el gobierno apoya directamente a las organizaciones.

9. **¿El SPG que usted menciona acompaña y garantiza la producción, comercialización y consumo?**

- El Gobierno provincial de Pichincha está trabajando en el cantón Pedro Moncayo con tres organizaciones que tienen SPG, las cuales son BIOVIDA, RESAC y Productores de la Esperanza. Acompañamos a los productores y somos parte del comité de ética. Actualmente se está construyendo el SPG Cantonal, estamos uniendo esfuerzos tanto a nivel de los cantones Cayambe y Pedro Moncayo, en los cuales se trabaja en coordinación con los gobiernos Municipales. El objetivo de estructurar un SPG cantonal respondería a un SPG a nivel provincial, que sería el que aglutina a todos estos SPG locales, teniendo como objetivo a mediano y largo plazo de un SPG a nivel Nacional.
- CEDAL acompaña el proceso de producción agroecológica, con el fin de utilizar como herramienta a los SPG. Formamos a los productores agroecológicos y capacitamos a los veedores, además elaboramos la estructura del SPG y acompañamos en la implementación de las bioferias y canastas agroecológicas, es decir cerramos el círculo de la producción, comercialización y consumo. En el caso de Cayambe y Pedro Moncayo se ha podido instalar 28 bioferias, con 18 organizaciones, que tienen 665 productores agroecológicos.

10. **¿Cuáles son los principales valores que debe contener un SPG?**

- Los SPG se basan en algunos principios, dentro de ellos a más de la confianza y mutuo acuerdo, los más representativos son tener una visión compartida, en la cual se involucran los productores, consumidores,

técnicos, Universidades, ONGs e instituciones del Estado. La transparencia y la honestidad son otros principios importantes, debido a que avalan la producción agroecológica con la venta directa y respaldo de las instituciones involucradas.

- El principal principio es la confianza, por eso cuando se crea la estructura desde la organización, promotor, veedor, comité técnico y comité de ética, toda información es horizontal, no es que el comité técnico toma una decisión sin profundo conocimiento de los demás. Además existen normas internas dentro de las organizaciones basadas en los principios de los SPG, socializadas a través de reuniones, asambleas y talleres.
- La confianza y la transparencia, se refleja en que, todos los involucrados en los procesos de producción y comercialización estén relacionados, formando una red para poder tener acuerdos mutuos sobre la calidad y procedencia del producto.

Anexo 5. Ficha de verificación en finca de producción Agroecológica

SUBSISTEMA AGROFORESTAL		Puntos
Perímetro de Cercas Vivas	80 - 100%	10
	60 - 79%	7,5
	40 - 59%	5
	20 - 39%	2,5
	0%	0
Poda de la Cerca Vivas	6 meses	5
	1 vez al año	3,75
	1 vez cada 2 años	2,5
	Nunca	0
TOTAL = 15 puntos		

SUBSISTEMA SUELO		Puntos
Manejo de la fertilidad con la elaboración y aplicación de (bocashi, compost, abonos verdes y biofertilizantes).	4 prácticas de abonos orgánicos	10
	3 prácticas de abonos orgánicos	7,5
	2 prácticas de abonos orgánicos	5
	1 prácticas de abonos orgánicos	2,5
	No elabora ni aplica	0
Manejo de rastrojos	Incorpora al suelo de rastrojos	2
	Vota, quema o vende sus rastrojos	0
Preparación del suelo	Manual o yunta	3
	Tractor	0
TOTAL = 15 puntos		

SUBSISTEMA CULTIVOS		Puntos
Hortalizas	5 especies	2
	3 a 4 especies	1
	Menor a 2 especies	0
Rotación	Si hace rotación	2
	No hace rotación	0
Semilla	Utiliza semilla propia o intercambia	2
	Compra semillas sin desinfectar	1
	Compra semilla desinfectada	0
Plántulas	Siembra sus propias plántulas	2
	Compra plántulas sin desinfectar	1
	Compra plántulas con desinfectantes	0
Frutales	3 a 5 especies	2
	1 a 2 especies	1
	No tiene especies	0
Medicinales	3 a 4 especies	1

	Menor a 2 especies	0
Fungicidas	Elabora fungicidas biológicos	2
	Sello verde	1,5
	Sello azul	1
	Sello amarillo	0,5
	Sello rojo	0
Insecticidas	Elabora insecticidas biológicos	2
	Sello verde	1,5
	Sello azul	1
	Sello amarillo	0,5
	Sello rojo	0
TOTAL = 15 puntos		

SUBSISTEMA PECUARIO		Puntos
Diversidad (animales mayores o menores (gallina, cuy, conejo, chancho, vaca.....))	3 especies	6
	2 especies	4
	1 especies	2
	No tiene ningún animal	0
Alimentación animal	75 - 100% procesada de la parcela	6
	50 - 74% procesada de la parcela	4
	25 - 49% procesada de la parcela	2
	Compra todo el alimento	0
Infraestructura	Garantiza el bienestar animal	3
	Instalaciones medianamente adecuadas.	2
	Instalaciones no adecuadas	0
TOTAL = 15 puntos		

SUBSISTEMA RIEGO		Puntos
Infraestructura de riego.	Si presenta infraestructura de riego a través de reservorios y pozos.	8
	Si presenta infraestructura de riego a través de canales.	6
	No tiene agua de riego	0
Calidad del agua	Agua limpia provenientes (vertientes, lluvias, subterráneas, quebrada)	7
	Agua limpia provenientes canales	5
	Agua contaminada proveniente (rio grande, lavanderías)	0
TOTAL = 15 puntos		

SUBSISTEMA TRANSFORMACIÓN		Puntos
Transformación	Lava, selecciona y transforma los productos agroecológicos.	10
	Lava y selecciona los productos agroecológicos.	6
	Selecciona y entrega los productos agroecológicos.	2
	Entrega sin lavar y seleccionar	0
TOTAL = 10 puntos		

SUBSISTEMA COMERCIALIZACIÓN		Puntos
Comercialización	Participa con la organización en la venta de productos agroecológicos, a través de los circuitos de proximidad canastas agroecológicas y restaurantes.	15
	Participa medianamente con la organización en la venta de productos agroecológicos, a través de los circuitos de proximidad bioferias, canastas y restaurantes.	7
	No participa en los procesos de comercialización	0
TOTAL = 15 puntos		

Anexo 6. Descripción de la normativa agroecológica para un SPG

COMPONENTE	PRINCIPIO	NORMAS
Humano y socio organizativo	Integración de los miembros de la familia, respetando sus ideas y puntos de vista.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Producir bajo condiciones humanas de trabajo. ▪ Conocer y practicar técnicas en el manejo, reciclaje y reutilización de desechos. ▪ Consumir los productos sanos que produce. ▪ Compartir sus conocimientos y experiencias en su organización. ▪ Participar en espacios comunitarios e intercambio de experiencias y otros eventos de capacitación y difusión. ▪ Ser socio activo a la organización que pertenece.
Subsistema agroforestal	Incorporación de árboles, arbustos nativos y frutales en la producción agropecuaria.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Combinar forestales, frutales y arbustos en su Unidad Familiar. ▪ Conocer características, usos y beneficios de las especies que intervienen en el sistema. ▪ Complementar la instalación del sistema agroforestal en su unidad familiar. ▪ Realizar podas periódicas de los arbustos.
Subsistema suelo	Cuidado y recuperación del suelo, evitando la erosión y manteniendo la fertilidad natural a través de la reconstrucción de la vida microbiana.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocer, mantener y aumentar la fertilidad de los suelos. ▪ Medir con frecuencia el contenido de materia orgánica del suelo. ▪ Construir barreras vivas en suelos con pendiente y otras prácticas de conservación de suelos. ▪ Producir e incorporar permanentemente abonos orgánicos en cantidades suficientes.
Subsistema cultivos	Diversificación de los cultivos y manejo ecológico de plagas y enfermedades.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recuperar y producir semillas propias. ▪ Planificar y producir escalonadamente. ▪ Prevenir plagas y enfermedades. ▪ Diversificar, rotar, asociar los cultivos.

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilizar el control biológico de plagas y enfermedades.
Subsistema pecuario	Diversificación de crianzas de animales y proporcionales condiciones de vida favorables.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Considerar importante la presencia de los animales en la Unidad Familiar. ▪ Contar con crianzas diversificadas. ▪ Manejar adecuadamente a los animales menores y mayores. ▪ Contar con infraestructura adecuada para las crianzas. ▪ Contar con alimento suficientes para los animales y conocer sobre la nutrición animal. ▪ Recuperación y conservación de especies criollas.
Subsistema riego	Uso adecuado del agua, sin contaminar ni desperdiciar.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manejar adecuadamente el riego instalando sistemas ahorradores de agua. ▪ Manejar adecuadamente la humedad del suelo, incorporando permanentemente cobertura de suelos. ▪ Promover prácticas de cosecha, almacenamiento y cuidado del agua.
Comercialización y transformación	Limpieza, selección, calidad y transporte del producto. Además implementar circuitos de proximidad venta en bioferias, canastas y restaurantes.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participar en la organización y venta de productos, a través de la venta en bioferias, canastas y restaurantes. ▪ Realizar prácticas de pos cosecha de los productos. ▪ Transformar y vender con frecuencia los productos agroecológicos. ▪ Presentación adecuada de los productos al consumidor.

Elaborado por: Cristhian Torres

Fuente: Proyecto INIAP-KOPIA

Anexo 7. Costos de producción a través de la venta a intermediarios y circuitos de proximidad “venta por canastas y restaurantes

Relación B/C cuando se vende al intermediario (papa)

Actividades	Unidad	Cantidad	Costo unitario (USD)	Total (USD)
Costo Total (A+B)				1882.76
A. Costos variables				1775
Preparación del terreno	hora	2	15	30
Semilla certificada	saco	15	25	375
Fertilizantes orgánicos	sacos	100	5	500
Siembra manual	jornal	10	15	150
Rascadillo	jornal	5	15	75
Aporte	jornal	5	15	75
Control de plagas (1)	Kit de químicos y jornal	1	80	80
Control de plagas (2)	Kit de químicos y jornal	1	70	70
Control de plagas (3)	Kit de químicos y jornal	1	70	70
Control de plagas (4)	Kit de químicos y jornal	1	100	100
Control de plagas (5)	Kit de químicos y jornal	1	100	100
Cosecha	jornal	10	15	150
B. Costos fijos				107,76
Depreciación de equipos y herramientas				
Bomba de motor	bomba	1	7,6	7,6
Tanque de plástico	tanque	1	0,16	0,16
Otros				
Alquiler del terreno	mes	1	80	80
Sacos malos	saco	400	0.05	20

	Sacos	Precio USD	Total USD
Ingresos (sacos cosechados de papa comercial vendidas x costo)	200	10	2000
Egresos (A+B) Costo Total			1882,76

Beneficio (USD)	2000
Coto (USD)	1882.76
B/C	1,06

Fuente: Peñaherrera, 2018.

Relación B/C cuando se vende por canastas (papa)

Actividades	Unidad	Cantidad	Costo unitario (USD)	Total (USD)
Costo Total (A+B)				1882,76
A. Costos variables				1775
Preparación del terreno	hora	2	15	30
Semilla certificada	saco	15	25	375
Fertilizantes orgánicos	sacos	100	5	500
Siembra manual	jornal	10	15	150
Rascadillo	jornal	5	15	75
Aporte	jornal	5	15	75
Control de plagas (1)	Kit de químicos y jornal	1	80	80
Control de plagas (2)	Kit de químicos y jornal	1	70	70
Control de plagas (3)	Kit de químicos y jornal	1	70	70
Control de plagas (4)	Kit de químicos y jornal	1	100	100
Control de plagas (5)	Kit de químicos y jornal	1	100	100
Cosecha	jornal	10	15	150
B. Costos fijos				107,76
Depreciación de equipos y herramientas				
Bomba de motor	bomba	1	7,6	7,6
Tanque de plástico	tanque	1	0,16	0,16
Otros				
Alquiler del terreno	Mes	1	80	80
Sacos malos	saco	400	0,05	20

	Sacos	Precio USD	Total USD
Ingresos (sacos cosechados de papa comercial vendidas x costo)	200	14	2800
Egresos (A+B) Costo Total			1882,76

Beneficio (USD)	2800
Coto (USD)	1882,76
B/C	1,49

Fuente: Peñaherrera, 2018.

Relación B/C cuando se vende a los restaurantes (papa)

Actividades	Unidad	Cantidad	Costo unitario (USD)	Total (USD)
Costo Total (A+B)				1882,76
A. Costos variables				1775
Preparación del terreno	Hora	2	15	30
Semilla certificada	Saco	15	25	375
Fertilizantes orgánicos	Sacos	100	5	500
Siembra manual	jornal	10	15	150
Rascadillo	jornal	5	15	75
Aporte	jornal	5	15	75
Control de plagas (1)	Kit de químicos y jornal	1	80	80
Control de plagas (2)	Kit de químicos y jornal	1	70	70
Control de plagas (3)	Kit de químicos y jornal	1	70	70
Control de plagas (4)	Kit de químicos y jornal	1	100	100
Control de plagas (5)	Kit de químicos y jornal	1	100	100
Cosecha	jornal	10	15	150
B. Costos fijos				107,76
Depreciación de equipos y herramientas				
Bomba de motor	bomba	1	7,6	7,6
Tanque de plástico	tanque	1	0,16	0,16
Otros				
Alquiler del terreno	Mes	1	80	80
Sacos ralos	Saco	400	0,05	20

	Sacos	Precio USD	Total USD
Ingresos (sacos cosechados de papa comercial vendidas x costo)	200	15	3000
Egresos (A+B) Costo Total			1882,76

Beneficio (USD)	3000
Coto (USD)	1882,76
B/C	1,59

Fuente: Peñaherrera, 2018.

Relación B/C cuando se vende al intermediario (hortalizas)

Actividades	Unidad	Cantidad	Costo unitario (USD)	Total (USD)
Costo Total (A+B)				812,76
A. Costos variables				610
Preparación del terreno	hora	2	15	30
Plántulas de hortalizas	saco	2000	0,03	60
Fertilizantes orgánicos	sacos	20	5	100
Siembra manual	jornal	10	15	150
Deshierbas	jornal	10	15	150
Control de plagas (1)	Kit de químicos y jornal	1	40	40
Control de plagas (2)	Kit de químicos y jornal	1	30	30
Cosecha	jornal	10	5	50
B. Costos fijos				202,76
Depreciación de equipos y herramientas				
Bomba de motor	bomba	1	7,6	7,6
Tanque de plástico	tanque	1	0,16	0,16
Otros				
Alquiler del terreno	mes	1	80	80
Bandejas germinadoras	bandeja	50	2,3	115

	Hortalizas vendidas	Precio promedio USD	Total USD
Ingresos (hortalizas cosechados vendidas x costo)	2000	0,42	840
Egresos (A+B) Costo Total			812,76

Beneficio (USD)	840
Coto (USD)	812,76
B/C	1,03

Fuente: Peñaherrera, 2018.

Relación B/C cuando en canastas entrega a domicilio (hortalizas)

Actividades	Unidad	Cantidad	Costo unitario (USD)	Total (USD)
Costo Total (A+B)				812,76
A. Costos variables				610
Preparación del terreno	hora	2	15	30
Plántulas de hortalizas	saco	2000	0,03	60
Fertilizantes orgánicos	sacos	20	5	100
Siembra manual	jornal	10	15	150
Deshierbas	jornal	10	15	150
Control de plagas (1)	Kit de químicos y jornal	1	40	40
Control de plagas (2)	Kit de químicos y jornal	1	30	30
Cosecha	jornal	10	5	50
B. Costos fijos				202,76
Depreciación de equipos y herramientas				
Bomba de motor	bomba	1	7,6	7,6
Tanque de plástico	tanque	1	0,16	0,16
Otros				
Alquiler del terreno	mes	1	80	80
Bandejas germinadoras	bandeja	50	2,3	115

	Hortalizas vendidas	Precio promedio USD	Total USD
Ingresos (hortalizas cosechados vendidas x costo)	2000	0,48	960
Egresos (A+B) Costo Total			812,76

Beneficio (USD)	960
Coto (USD)	812,76
B/C	1,18

Fuente: Peñaherrera, 2018.

Relación B/C cuando se entrega a restaurantes (hortalizas)

Actividades	Unidad	Cantidad	Costo unitario (USD)	Total (USD)
Costo Total (A+B)				812,76
A. Costos variables				610
Preparación del terreno	hora	2	15	30
Plántulas de hortalizas	saco	2000	0,03	60
Fertilizantes orgánicos	sacos	20	5	100
Siembra manual	jornal	10	15	150
Deshierbas	jornal	10	15	150
Control de plagas (1)	Kit de químicos y jornal	1	40	40
Control de plagas (2)	Kit de químicos y jornal	1	30	30
Cosecha	jornal	10	5	50
B. Costos fijos				202,76
Depreciación de equipos y herramientas				
Bomba de motor	bomba	1	7,6	7,6
Tanque de plástico	tanque	1	0,16	0,16
Otros				
Alquiler del terreno	mes	1	80	80
Bandejas germinadoras	bandeja	50	2.3	115

	Hortalizas vendidas	Precio promedio USD	Total USD
Ingresos (hortalizas cosechados vendidos x costo)	2000	0,49	980
Egresos (A+B) Costo Total			812,76

Beneficio (USD)	980
Coto (USD)	812,76
B/C	1,21

Fuente: Peñaherrera, 2018.

Anexo 8. Fotografías de la investigación



Fotografía. 1. Organización el “Porvenir de Romerillos”.



Fotografía. 2. Organización “Fuerza y Trabajo”.



Fotografía. 3. Organización “San Pedro de Pilopata”.



Fotografía.4. Productos Agroecológicos