

El ambiente alimentario y el potencial de acción de los consumidores

Desarrollo de **redes alternativas** para productos agroecológicos. Experiencia en **Salcedo, Cotopaxi**, Sierra Centro del Ecuador

ROSS MARY BORJA, CLAIRE NICKLIN, CARLOS BARAHONA,
SAMUEL VERMEULEN, PEDRO OYARZUN



Mercado Eloy Alfaro, Salcedo
Guadalupe Padilla, Fundación EkoRural, 2017

En el contexto de hegemonía de sistemas agroalimentarios industriales transnacionales y su creciente imposición de alimentos ultraprocesados, que acarrea problemas de salud pública como la malnutrición y la obesidad, los autores del presente artículo plantean la ventaja relativa que tienen los países del Sur global, donde sistemas agroalimentarios locales aún tienden vínculos entre consumidores y productores fuera de los circuitos industriales y con la posibilidad de establecer relaciones justas, producción sostenible y alimentación sana. Sin embargo, estos sistemas locales alternativos están bajo amenaza, por lo que se necesita promoverlos, empoderarlos y fortalecerlos, como sucede en las experiencias de la ciudad de Salcedo, Ecuador, que se describen a continuación.

Durante los últimos años se han promovido varios marcos de acción a nivel global con el fin de lograr sistemas alimentarios locales más sostenibles. El Pacto de Milán en 2015 (www.milanurbanfoodpolicypact.org), los Objetivos de Desarrollo Sostenible en 2015 (sustainabledevelopment.un.org/sdgs) y, en 2016, la Nueva Agenda Urbana, reconocen el importante rol que juegan las ciudades para lograr sistemas de producción y consumo de alimentos nutritivos producidos por una agricultura sostenible. El repensar el espacio urbano-rural y las múltiples conexiones entre lo urbano, lo periurbano y el paisaje rural, también conocido como “cuenca alimentaria”, puede permitirnos una mirada integral sobre cómo los sistemas alimentarios impactan la nutrición, la biodiversidad, el agua, el desarrollo económico y comunitario y la cultura (Foster y Escudero, 2014; IPES-Food, 2017).

El concepto de Sistemas Alimentarios Locales (SAL) surgió del reconocimiento de las externalidades negativas de los sistemas alimentarios mundiales sobre el medio ambiente, las comunidades, los consumidores y los productores (Feenstra, 1997). Los Sistemas Alimentarios Alternativos van un paso más allá al definirse como opuestos a los sistemas alimentarios “de producción masiva” o “industrializados”, caracterizados por la incursión de los supermercados y las grandes empresas agrícolas globales en muchas ciudades y países de Estados Unidos y Europa (Murdoch y otros, 2000). Se ha documentado que en los países de ingresos medios y bajos las ventas de alimentos con alto contenido de azúcar, grasa, sal o carbohidratos procesados, conocidos como alimentos ultraprocesados, tienen mayores tasas de crecimiento que en los países de altos ingresos, donde estas tasas son en su mayoría estáticas. En los países de ingresos medios y bajos, los alimentos ultraprocesados son causa del fuerte aumento de los niveles de obesidad y enfermedades relacionadas (Monteiro y otros, 2013).

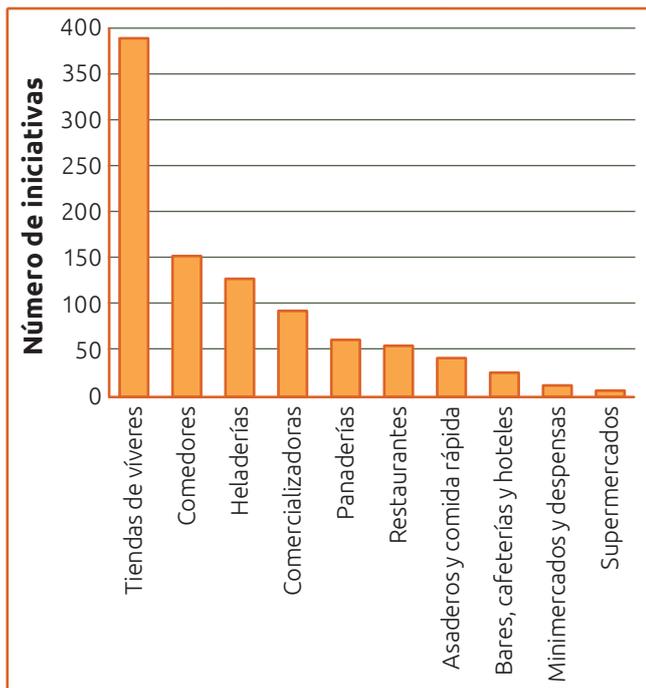
Un reciente estudio de CEPAL y el Programa Mundial de Alimentos (PMA) (CEPAL & PMA, 2017) describe la dimensión de la “doble carga de la malnutrición”: malnutrición y obesidad en algunos países de la región latinoamericana, entre ellos Ecuador. Al Estado ecuatoriano le cuesta 4344 millones de dólares anuales lidiar con los efectos del sobrepeso, la obesidad y la desnutrición, expresados en enfermedades crónicas no transmisibles. Es por eso que los alimentos y su calidad son un tema cada vez más candente. Organizaciones de la ONU como la FAO, el PNUMA y la OMS han propuesto recientemente priorizar la producción y el consumo sostenible, de conformidad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, particularmente con las políticas relacionados con la “Producción y consumo responsables, Ciudades y comunidades sostenibles, Buena salud y bienestar”, que están dirigidas principalmente al fomento de la producción y consumo de alimentos integrales y mínimamente procesados. Al mismo tiempo, en Ecuador están vigentes algunas políticas orientadas a reducir la afluencia de alimentos ultraprocesados, como son el etiquetado de los productos procesados y ultraprocesados, el impuesto a las

bebidas azucaradas y la prohibición de vender en las escuelas productos con etiqueta roja, y otras que expresan la preocupación oficial por el proceso.

El hecho de que la comida sana y nutritiva esté siendo desplazada por alimentos ultraprocesados no debe confundirse con la falta de disponibilidad de alimentos locales en muchos países de ingresos medios y bajos. Se ha documentado en lugares como Vietnam y Sudáfrica que el “auge del supermercado” (Reardon, 2003) no se ha generalizado por completo debido a las historias, culturas y prácticas únicas del Sur global, donde los mercados mayoristas y los mercados informales son altamente desarrollados y apreciados, especialmente entre los pobres (Abrahams, 2006; Wertheim-Heck, 2014). En Ecuador, por ejemplo, parece que a pesar de la existencia de un poderoso sector de supermercados, los mercados al aire libre/mayoristas representan aproximadamente el 31% de todas las ventas de productos frescos (Zamora, 2004). En 2009, aproximadamente el 46% de todas las ventas (incluyendo productos básicos como el aceite y productos no alimenticios, así como productos frescos) fueron realizadas en supermercados, 41% en mercados al aire libre/mayoristas y 10% en tiendas de barrio (Ortiz y otros, 2008). Además, en el Sur global, a diferencia de los pobres urbanos en los Estados Unidos, la mayoría de los consumidores pobres y de clase media están separados de los medios de subsistencia rurales por una o dos generaciones a lo sumo, y son en realidad parte de un ingreso mixto urbano-rural más fluido y de ingresos provenientes de varias fuentes. Como describen Bill Vorley y sus colegas en su informe de 2012 titulado *Agencia de pequeños productores en el mercado globalizado: cómo tomar decisiones en un mundo cambiante*:

Los mercados informales de alimentos aún predominan en la mayor parte de África, Asia y América Latina. Los canales informales flexibles conectan a los productores pobres con los consumidores pobres [...] Este crecimiento se debe en parte a factores demográficos: a nivel mundial hay una gran cohorte de jóvenes rurales que a menudo aspiran a abandonar la agricultura, pero que posiblemente no encuentren muchos empleos formales. Al mismo tiempo, en muchos países en desarrollo el tamaño de las fincas se ha fragmentado. Todo esto ha reforzado una de las estrategias más básicas de los pobres rurales: los medios de vida multifacéticos que utilizan la diversidad de actividades económicas para protegerse de los riesgos y aprovechar al máximo lo poco que tienen en tierra, dinero y otros recursos. Los agricultores pueden alquilar varias parcelas y sembrar múltiples cultivos, pueden entrar y salir de diferentes mercados informales (a veces formales), y pueden combinar los ingresos agrícolas con los ingresos por labores no agrícolas y con las remesas enviadas por miembros de la familia que emigraron. Con más población rural, especialmente jóvenes, yendo y viniendo de la finca a la ciudad, hay fronteras fluidas entre los mercados urbanos y rurales, lo que impulsa la vitalidad de las economías locales.

Figura 1. **Distribución de establecimientos de acuerdo a su número que ofrecen alimentos o productos alimentarios en la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi, 2017**



Fuente: datos tomados del catastro municipal.

Nuestra investigación explora algunas de estas dinámicas, con la hipótesis de que en países como Ecuador la necesidad de volver a familiarizar al consumidor con la agricultura local no es tan apremiante como en los desiertos alimentarios del Norte (Story y otros, 2008). En Ecuador y en otros países de ingresos medios y bajos la lucha es más bien por aumentar el porcentaje de consumo de alimentos integrales, mínimamente procesados, y disminuir la intermediación.

Lo que es común a todos los sistemas alimentarios alternativos, ya se trate de una alternativa a los sistemas alimentarios industrializados o de los excesos en intermediación, es el deseo de conectar a los consumidores directamente con los pequeños productores. La intermediación es un problema importante en la cuenca alimentaria andina. Por ejemplo, en otro estudio realizado en el Ecuador central se encontró que la legumbre nativa chocho o tarwi (*Lupinus mutabilis*) pasó por cinco intermediarios para viajar menos de 100 km (Nicklin y otros, 2006). El alto grado de intermediación conduce a la falta de información entre el consumidor y el productor acerca de la calidad y la demanda de los productos (Renting y otros, 2003).

Este documento es un caso de estudio detallado en Salcedo, Ecuador, una ciudad pequeña ubicada cerca de la capital del país y de otras ciudades más grandes. Observar una ciudad más pequeña permite entender mejor la dinámica de todo el sistema, en lugar de centrarse solo en algunos casos sueltos de éxito o fracaso. El estudio destaca las percepciones de los consumidores sobre la calidad de los alimentos que consumen y qué tan saludable es su dieta. Es esencial comprender la percepción de los consumidores y el flujo de los alimentos al interior de una ciudad y de una cuenca alimentaria, a fin de proveer información para la acción estratégica y las políticas.

Además es importante entender el sistema alimentario predominante para poder posicionar mejor un sistema alimentario alternativo que pueda convertirse en la forma predominante de consumo. Algunas de las preguntas que guían este estudio son: ¿qué podemos aprender de los ambientes con un creciente grado de urbanización?, ¿cómo se están

moldeando los gustos, preferencias y cultura alimentaria de las poblaciones urbanas y rurales?, ¿cómo desarticular y entender las lógicas del funcionamiento de las organizaciones de los consumidores a nivel urbano?

La experiencia en el ambiente alimentario de Salcedo

Salcedo es una ciudad pequeña, de unos 20 000 habitantes, en la Sierra Central, provincia de Cotacachi. Por su ubicación, rodeada de parroquias rurales, presenta aún muchas de las características de una ciudad de encuentro de las culturas campesinas, donde se acopian y venden productos frescos de las localidades aledañas. Eso le confiere, durante el día, una gran movilidad de personas que no necesariamente residen en la urbe.

Salcedo se caracteriza por el número de establecimientos que acopian, procesan u ofertan alimentos en la ciudad. Tiene más de 1000 establecimientos que, sin contar el comercio informal de venta de alimentos, indican una densidad de un local por cada 40 a 50 habitantes, cifra muy superior a la media nacional presentada una década atrás. Muchas iniciativas de oferta de comida, tradicional y rápida, conviven como propuestas formales e informales. Tiendas de víveres y comedores dominan la distribución. La figura 1 muestra la distribución de establecimientos vinculados con alimentos. La alta frecuencia de heladerías se debe a la “tradición” de la ciudad como proveedora de helados artesanales.

Aunque el número de supermercados es bajo, estos son importantes centros de influencia en los hábitos de compra de la población de Salcedo y están también presentes en ciudades vecinas. Los cuatro mercados representan puntos importantes para el comercio de bienes agrícolas y de venta de productos campesinos.

Desde la producción agroecológica (AE)

Por más de un quinquenio, EkoRural, impulsa la transición agroecológica y ha estado trabajando en el fortalecimiento de organizaciones de productoras, principalmente hortícolas, en las inmediaciones de la ciudad de Salcedo (FEMICAM, Chakras Comunitarias, y Asociación de Mujeres Agroecológicas Semilla y Vida), basadas en una propuesta productiva en pequeñas parcelas, con arreglos espaciales y de manejo ajustados a los principales principios de la AE: alta biodiversidad, uso diversificado de los espacios y del tiempo, fertilización con base en insumos orgánicos principalmente obtenidos por flujos internos en la finca, manejo de preparados simples para el control de plagas y enfermedades y corrección de pequeñas deficiencias, entre otras. Las organizaciones han explorado diversas iniciativas de mercado entre las que se incluyen ventas directas a pie de finca, salidas a ferias oficiales, puestos en mercados ofrecidos por el municipio, ventas en puntos de ventas campesinos, ventas por pedidos y, en caso necesario, venta puerta a puerta, etc.

En un afán por diferenciar sus productos y sus organizaciones como agroecológicas en el mercado de la ciudad, las productoras han recurrido al uso de uniformes, de espacios con distintivos y a sellos de calidad, lo que las ha hecho ser referentes en la discusión sobre los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) en la localidad. Estas productoras tienen ahora mayor comprensión de los mecanismos para operar e insertarse de modo más efectivo en el ambiente de alimentos en la localidad.

Características del ambiente alimentario en Salcedo

Acceder al mercado y generar innovaciones agroecológicas implica una buena comprensión de cómo los habitantes, sometidos a las presiones de la transición alimentaria, están



Mercado Augusto Dávalos, Salcedo. ■ Guadalupe Padilla, Fundación EkoRural, 2017

evolucionando y cómo los temas alimentarios –que cada vez aparecen más relevantes– impactan en las preocupaciones por la economía, el bienestar y la salud de los hogares. Por otra parte, se necesitan nuevas categorías de análisis para entender cómo la demanda de alimentos –desempacar el concepto “consumidor”– puede influenciar positivamente a la pequeña agricultura familiar agroecológica y mejorar las interacciones entre consumidores y productores. Así convenimos que no solo el consumidor individual, sino también las organizaciones e instituciones pueden considerarse “clientes” o aliadas al ser enfocadas como redes alternativas de alimentos. En principio todos se alimentan y por ello son corresponsables del resultado general de este proceso en sus territorios.

A principios de 2015, en un intento por conocer mejor la demanda y el ambiente alimentario en Salcedo, realizamos un mapeo de actores cuyo objetivo inmediato fue identificar a los individuos y grupos clave: instituciones públicas como gobiernos locales, hospitales, escuelas, centros de salud; organizaciones de desarrollo (ONG) y organizaciones sociales; directivas de barrios; centros de capacitación; empresas privadas como restaurantes, hoteles, etc., en función de su poder de influencia para la toma de decisiones en “alimentos”, su capacidad de trabajo interinstitucional o su potencial para involucrarse con organizaciones de productores agroecológicos y promover el consumo de alimentos locales. Para este efecto se entrevistó a una treintena de organizaciones. Como resultado, varias oportunidades de relacionamiento fueron identificadas y probadas en periodos posteriores.

Más tarde, en 2017, realizamos una pequeña encuesta en hogares en 20 de los 40 barrios con que cuenta la ciudad. En total visitamos 10 hogares por cada barrio, buscando entender las conductas de compra, sus lugares de preferencia, el estado de conocimientos en alimentos y su disposición para

el consumo de alimentos sanos y para participar en iniciativas que promuevan una relación directa entre consumidores y productores en sus barrios. La figura 2 presenta una idea de la distribución de los puntos de encuesta en el ambiente de la ciudad.

Algunos resultados

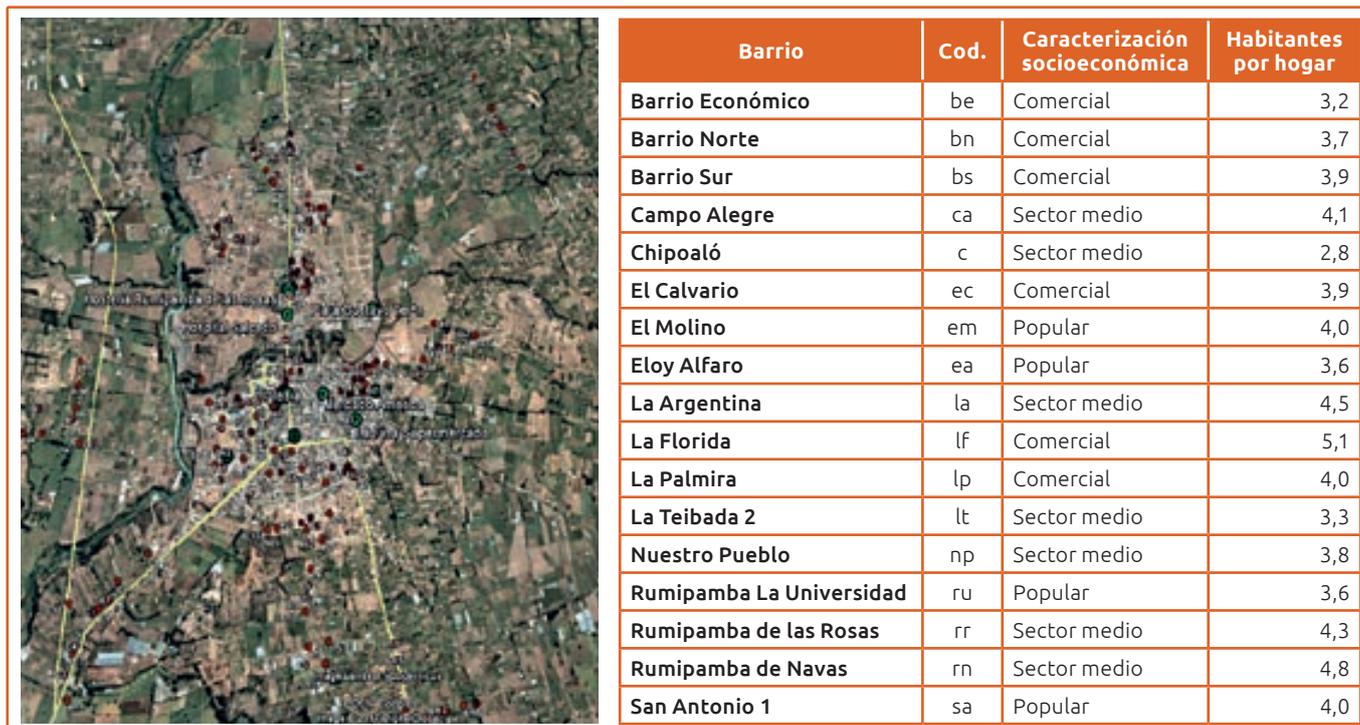
Del mapeo: aliados y clientes

Muchos de los actores entrevistados, particularmente en el ámbito oficial, mostraron empatía con la necesidad de promover alimentos locales y una propuesta sostenible en lo productivo. Lo mismo ocurrió con varias organizaciones de desarrollo, civiles y religiosas. El ambiente barrial y sus organizaciones, fuertes en el pasado, no aparecen con preocupaciones notables en el tema y en los centros de salud y hospitales –que por su relación con las enfermedades no transmisibles (ENT) parecían promisorios–, no hubo mayor interés por el tema alimentario. La figura 3 ilustra parte de los resultados. Allí, el nivel de poder de los actores para influenciar opciones políticas a favor de los SAL es comparado con su nivel de interés en apoyar iniciativas locales de alimentos sanos.

El ambiente institucional se muestra interesante y propiciador. Frecuentemente se hizo alusión a la existencia de una ordenanza provincial en apoyo a la agroecología. El Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) argumenta que el 30% de la materia prima de las empresas de *catering* debe venir de pequeños productores, mientras que lo mismo debe ocurrir con el 25% de ella en el conjunto de tiendas y supermercados.

El ambiente organizacional mostró un importante potencial para apoyos y negocios. Varias organizaciones no tenían proveedores fijos, lo que representa espacios importantes por concretar. Pero incluso aquellas organizaciones y negocios que ya tienen sus proveedores están abiertas a probar relaciones con

Figura 2. **Distribución de los encuestados en los barrios de la ciudad de Salcedo, 2017**



Fuente: Datos tomados del catastro municipal.

las organizaciones de productoras agroecológicas. Notamos el potencial de relacionamiento, por ejemplo, entre proveedores de *catering* con Centros Infantiles de Buen Vivir (CIBV), Escuelas del Milenio vía el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IPES), Patronato Municipal, Juntas Parroquiales, y también el interés para establecer condiciones para trabajar. Muchos actores con nivel medio de interés en apoyar iniciativas locales de alimentos sanos mencionan que les hace falta información sobre agroecología y los beneficios de los Sistemas Alimentarios Locales Sanos, y también sobre dónde encontrar los productos, a qué precios están disponibles y cuáles son los canales de negociación con las productoras. Una importante parte de las argumentaciones, tanto en el sector público como en organizaciones privadas, se relacionó con las exigencias del “mercado” (calidad, cantidad, oportunidad, continuidad, formalidad del

negocio, etc.). Muchas de estas exigencias han sido barreras importantes que han limitado el acceso de la pequeña agricultura al mercado.

Las organizaciones de productoras demandantes de este estudio, mostraron gran interés en los resultados y su presentación convocó a las autoridades y a otros actores del ambiente de negocios y desarrollo.

Encuesta a consumidores

Fue interesante notar el buen ánimo de los moradores por participar en la encuesta. Con un promedio de aproximadamente cuatro personas por hogar, los gastos en alimentos representan un 25% o más de los ingresos familiares. Un aspecto a destacar es la diferencia entre las conductas de compra: una es al adquirir productos en general y otra muy distinta cuando se trata de alimentos frescos. Los primeros son adquiridos predominantemente en los supermercados, mientras que los segundos en mercados locales, ferias o en otros espacios de comercialización (figura 4).

Prácticas: La gran mayoría consume tres comidas principales al día (desayuno, almuerzo y cena) en su hogar, y casi un tercio de los involucrados dice recibir productos frescos de sus relaciones o familiares en el campo. Si a estos dos elementos le agregamos la conducta de compra de alimentos frescos o procesados en supermercados, mercados y tiendas de barrio, podemos construir un Índice de Práctica (IPRAC) que permita caracterizar a la población según la compra. Las medias de este índice aplicado al conjunto de la muestra de los 20 barrios (0% adquiere solo en supermercados, come solo fuera de casa, etc.) presenta un IPRAC donde el índice en los barrios es de moderado a bajo (30-60%).

Conocimiento: Varios aspectos del conocimiento sobre el consumo de alimentos que toma en cuenta y asocia a la calidad, el origen, la composición –ingredientes, aditivos, frescor, etc.–, así como a la relación de estos con los impactos en el medio ambiente o la salud, sirvieron para la construcción del Índice de Conocimientos (0, bajo; 100, muy alto). En general, las personas no diferencian el concepto de lo agroecológico como origen o calidad, pero sí lo relacionan casi unánimemente con

Supermercado Mega, Salcedo.
Guadalupe Padilla, Fundación EkoRural, 2017



Figura 3. **Análisis de actores sociales e institucionales en la ciudad de Salcedo de acuerdo a su relevancia relativa e interés en apoyar iniciativas locales en alimentos, 2015**



Actores ordenados según su grado de influencia sobre actividades y políticas en el ambiente cantonal. Fuente: EkoRural.

un producto natural, libre de químicos de síntesis, y valoran positivamente como “sana” esa condición.

En ese sentido, más de dos tercios de las personas dicen buscar o consumir productos agroecológicos. Sin embargo, hay que notar que no existe una toma de datos oficiales sobre contaminación por agroquímicos u otros contaminantes en los alimentos frescos, ni en la ciudad ni en el resto del país. Tampoco hay mecanismos masivos que diferencien la producción de origen agroecológico de la agricultura convencional.

Por último, la actitud: Examinamos varios aspectos relacionados con la disposición a consumir productos agroecológicos en el futuro, pagar en forma diferenciada por esta calidad, participar en eventos de capacitación, establecimiento de huertos, fomentar iniciativas en sus barrios como charlas, foros y talleres en el barrio. La disposición a emprender en forma individual una iniciativa para fortalecer una relación directa con productores fue menor. Sin embargo, dado el rango de promedio barrial (38 a 84%) para el Índice de Actitud, se puede decir que existe bastante simpatía y expectativa por la promoción de iniciativas relacionadas con los alimentos y con el carácter agroecológico de los mismos. Claramente hay una mayor disposición a recibir información y participar en eventos, pero es menor a la hora de emprender iniciativas por cuenta propia en sus sectores.

En la encuesta, para una fracción grande de mujeres fue importante una mayor difusión de los productos agroecológicos en talleres, radio u otros medios y contar con productos agroecológicos garantizados. Por esta última razón varias personas manifestaron que no compran productos agroecológicos, pues prefieren comprar en lugares rurales donde confían en el origen.

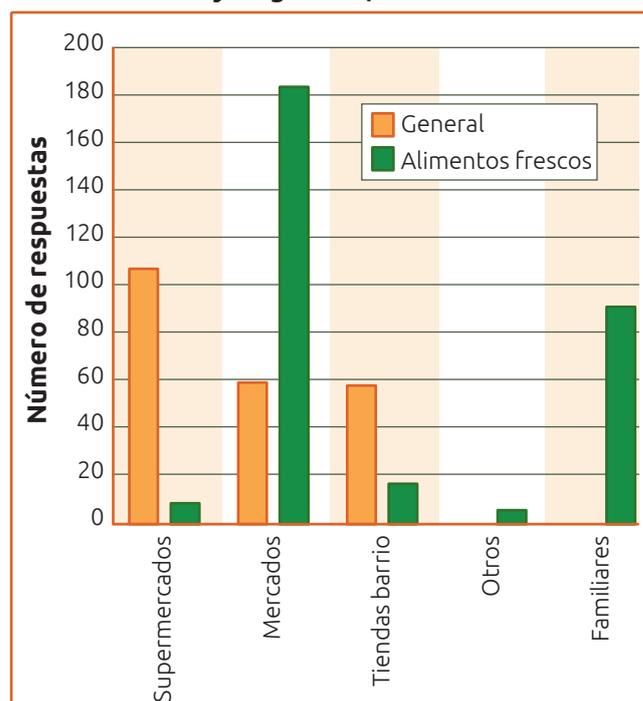
Discusión

Mientras que Salcedo se muestra pródiga en la oferta de todo tipo de productos, especialmente por sus renombrados helados y puestos de alimentos preparados, no se percibe una atención especial a la calidad, el origen o las formas en que los productos han sido producidos. En los mercados no hay esfuerzos significativos para diferenciar los productos,

excepto algunas pocas iniciativas. Es importante promover la educación y las acciones que generen valores y conductas críticas en la población con relación a su alimentación.

Producto de la prospección de actores, a la fecha varias de las iniciativas identificadas se concretaron en negocios. Fue notorio que, a diferencia de las ventas en ferias, puestos de mercados, canastas, etc., en el ambiente informal de la

Figura 4. **Conducta de compra de consumidores en Salcedo, expresada en conteos en distintos espacios de comercialización y desagregada entre productos alimentarios frescos y en general, 2017**



Fuente: EkoRural.

Citas de criterios propuestos por los encuestados

“Me gustaría encontrar los productos orgánicos en el mercado donde compro”.

“Traten de llegar al mercado con productos de calidad y precios más bajos”.

“Que exista variedad de productos”, “Los productos deberían estar en todos los mercados”.

“Que busquen tiendas o locales para que se expandan y que vendan de lunes a viernes”.

“Incrementar la producción ecológica sin químicos”.

ciudad, la relación con actores institucionales en el mercado demanda a los productores un alto grado de formalidad, organizaciones legales, facturas, normas de trazabilidad y varios criterios de garantía. Ciertamente, a la luz de la voluntad de promover la AE y de proveer espacios a la pequeña agricultura, muchos de estos criterios deben ser revisados críticamente. Han transcurrido varias décadas con tales demandas, pero los avances son nulos o mínimos.

Por los hábitos de consumo en el hogar, la provisión de alimentos a través de familiares o parientes en el campo y la dualidad en su adquisición, se puede decir que Salcedo representa todavía un característico ambiente de ciudad rural en el inicio de una transición epidemiológica y nutricional. Es decir, presenta un aumento en las tasas de obesidad y enfermedades crónicas no transmisibles y cambios en la dieta y en la actividad física (dietas dominadas por el sobreconsumo de productos altos en grasas, azúcares y sodio, y bajos en fibra además de niveles bajos de actividad física).

Los índices aparecen como criterios interesantes para caracterizar a los consumidores en los barrios y permiten una buena diferenciación con fines de intervención. La distribución de los barrios obtenida del cruce de índices

permite separar barrios con distintas prácticas, actitudes y conocimientos importantes para iniciativas urbano-rurales. La actitud hacia iniciativas agroecológicas presenta una variabilidad interesante y es particularmente alta en aquellos barrios donde el Índice de Alimentación Saludable es bajo. La distribución global indica que la práctica y la actitud son menores que lo reflejado por los índices de alimentación saludable y conocimiento.

Hay mucho trabajo que hacer en Ecuador para promover una mejor alimentación y el consumo de alimentos sanos. Sin embargo, un pequeño porcentaje de la población ya ha empezado a cambiar sus prácticas y es más consciente y está preocupado por cómo afecta su consumo a la sociedad. Si este grupo de familias e individuos sigue creciendo, tendrá el poder de hacer cambios más grandes, de enfrentar la situación política y las normas económicas.

Es importante informar al público sobre las campañas que se realizan por el consumo responsable y construir solidaridad alrededor de la idea de que a través de nuestra práctica individual podemos hacer un gran cambio.

También sería interesante realizar una encuesta tomando en cuenta los barrios no considerados en este primer estudio y ajustar la muestra a la variabilidad encontrada en él. Es recomendable que el gobierno local finalice la caracterización socioeconómica de los barrios de la ciudad. Hay buenas oportunidades para implementar políticas de información sobre alimentos y para la preservación y mejora de los hábitos y conductas relativas a la alimentación encontrados.

Reflexiones finales

Un mercado para productores y consumidores de productos agroecológicos es una construcción social que involucra la creación de vínculos múltiples y cercanos, revitalizándolo, recreándolo y reorganizándolo; es una red de relaciones generadora de espacios que representan ventajas para todos sus actores (productores, consumidores, organizaciones de la sociedad civil, organizaciones gubernamentales, entre otros). La oportunidad de crear vínculos entre organizaciones de productores y consumidores agroecológicos presentada en

Mercado Central, Salcedo. ■ Guadalupe Padilla, Fundación EkoRural, 2017



esta experiencia, surge como producto de la concordancia de argumentaciones y la confluencia de múltiples intereses. Representa también un espacio de aprendizaje institucional sobre el potencial para redefinir las relaciones urbano-rurales.

Las Redes Alternativas de Alimentos son mecanismos que se desarrollan –o están inmersos– en Sistemas Locales de Alimentos y han sido concebidas como una manera de crear caminos más naturales para promover flujos de productos y relaciones entre los ambientes urbanos y rurales. El concepto de redes alternativas de alimentos en el contexto estudiado, aduce a las formas en que el alimento es producido y entregado en el lugar de consumo. A diferencia de los conceptos de cadenas de producción o el de circuitos cortos (baja intermediación), que no contribuyen al esclarecimiento del significado y los alcances de las formas diversificadas de la pequeña producción, el concepto de redes alternativas de alimentos sí lo logra, pues permite entender cómo un conjunto de relaciones de confianza y reciprocidad se ubican en la base de los negocios de alimentos y cómo estos dan cohesión social y cultural a los espacios de alimentos locales.

Nuestra experiencia apunta a que los mecanismos directos son exitosos pero, como muchos otros modelos de interacción, demandan de espacios institucionales protegidos, al menos por un tiempo suficiente para que las relaciones personales, de trazabilidad, negociación e intercambio, surtan efectos. Esto es válido especialmente en el empeño por crear condiciones de intensificación agroecológica para la pequeña producción andina.

A diferencia del concepto clásico de cadenas de comercialización de pequeños productores, la agroecología propone la multiplicidad de vínculos y territorialmente una vinculación más estrecha entre quien produce y quien consume para crear corresponsabilidad económica, ambiental y social (IAASTD, 2009; De Schutter, 2010; De Schutter, 2014; FAO, 2015; IPES-Food, 2016). Pasar de una realidad de autoconsumo de alimentos naturales y locales hacia un mercado alimentario global dominado por las corporaciones del sector agroalimentario ha generado un creciente distanciamiento entre los productores y los consumidores (Lacroix, 2013, p. 63). ●

Ross Mary Borja

Directora, Fundación EkoRural.

rborja@ekorural.org

Claire Nicklin

Representante Regional CCRP Andes, Fundación McKnight.

cnicklin@andescdp.org

Carlos Barahona

Director general, Estadísticas para el Desarrollo Sostenible.

c.e.barahona@stats4sd.org - www.stats4sd.org

Samuel Vermeulen

Asociado EkoRural.

sam.verm25@gmail.com

Pedro Oyarzun

Asesor en agricultura sostenible y medios de vida, EkoRural.

poyarzun@ekorural.org

Referencias

- Abrahams, Caryn N. 2006. **Globally Useful Conceptions of Alternative Food Networks in the Developing South: the case of Johannesburg's urban food supply system.** Universidad de Edimburgo: Instituto de Geografía. Online Paper Series: GEO-031.

- Andrade Ortiz, Diego, y Flores, Miguel. 2008. **Consumo de productos orgánicos/agroecológicos en los hogares ecuatorianos.** Quito: VECO.
- CEPAL/PMA. 2017. **El costo de la doble carga de la malnutrición: Impacto social y económico.** Síntesis del estudio piloto en Chile, Ecuador y México.
- De Schutter, O. 2010. **Report of the Special Rapporteur on the right to food. El potencial transformador del derecho a la alimentación.** Informe final. Asamblea General de la ONU.
- De Schutter, O. 2014. **Report of the Special Rapporteur on the right to food. Final Report: The transformative potential of the right to food.** Consejo de Derechos Humanos, Naciones Unidas. 24 de enero de 2014.
- FAO. 2015. **Final Report for the International Symposium on Agroecology for Food Security and Nutrition.** 18-19 de septiembre de 2014. Roma.
- Feenstra, Gail. 1997. **Local food systems and sustainable communities.** *American Journal of Alternative Agriculture*, 1997-1, vol. 12.
- Foster, Thomas, y Getz Escudero, Arthur. 2014. **City Regions as Landscapes for People, Food and Nature.** Washington, DC: Landscapes for People, Food and Nature Initiative.
- International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development (IAASTD). 2009. **Agriculture at a Crossroads. Executive Summary of the Synthesis Report.** Washington, DC: Island Press.
- IPES-Food. 2016. **From uniformity to diversity: a paradigm shift from industrial agriculture to diversified agroecological systems.** International Panel on Sustainable Food Systems, junio de 2016. www.ipes-food.org/images/Reports/UniformityToDiversity_FullReport.pdf
- IPES-Food. 2017. **Unravelling the Food-Health Nexus: Addressing practices, political economy, and power relations to build healthier food systems.** The Global Alliance for the Future of Food / IPES-Food.
- Lacroix. 2013. **Soberanía alimentaria y comercialización campesina en Ecuador.** En: Hidalgo, Francisco. *Comercialización y soberanía alimentaria*: 63-68. SIPAE y Agronomes e Veterinarios sans Frontieres.
- Monteiro, Carlos A., y otros. 2013. **Ultra-processed products are becoming dominant in the global food system.** *Obesity reviews* 14. S2: 21-28.
- Murdoch, Jonathan; Marsden, Terry, y Banks, Jo. 2000. **Quality, nature, and embeddedness: Some theoretical considerations in the context of the food sector.** *Economic geography* 76.2 (2000): 107-125.
- Nicklin, Claire; Rivera, Marco, y Nelson, Rebecca. 2006. **Realizing the potential of an Andean legume: roles of marketed and research-led innovations.** *International Journal of Agricultural Sustainability* 4.1 (2006): 61-78.
- Reardon, Thomas, y otros. 2003. **The rise of supermarkets in Africa, Asia, and Latin America.** *American journal of agricultural economics* 85.5 (2003): 1140-1146.
- Renting, Henk; Marsden, Terry K., y Banks, Jo. 2003. **Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development.** *Environment and Planning A*.-2003, Vol. 35.: 393-411.
- Story, Mary, y otros. 2008. **Creating healthy food and eating environments: policy and environmental approaches.** *Annu. Rev. Public Health* 29 (2008): 253-272.
- Vorley B., del Pozo-Vergnes, E., Barnett, A. **Small producer agency in the globalised market: Making choices in the changing world.** Informe IIED. La Haya: HIVOS.
- Wertheim-Heck S., C. O.; Spaargaren, G., y Vellema, S. 2014. **Food safety in every day life: Shopping for vegetables in a rural city in Vietnam.** *Journal of Rural Studies* Vol. 35: 37-48.
- Zamora, Miguel. 2004. **La rápida expansión de los supermercados en Ecuador y sus efectos sobre las cadenas de lácteos y papas.** Report for the Regoverning Markets Project, sept., 2004.